

41
2Ej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

FALLA DE ORIGEN

**"ANÁLISIS JURÍDICO-SOCIOLÓGICO DE LA LEY FEDERAL DE
LA RADIO Y TELEVISIÓN"**

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

MARTÍN BAUTISTA RODRÍGUEZ

**DIIRECTORA DE TESIS:
LIC. ROSA MARÍA VALENCIA GRANADOS**

SAN JUAN DE ARAGÓN ESTADO DE MÉXICO, OCTUBRE - 1996

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

PRIMERO SE LLEVARON A LOS NEGROS,
PERO A MÍ NO ME IMPORTÓ
PORQUE YO NO LO ERA.
ENSEGUIDA SE LLEVARON A LOS JUDÍOS,
PERO A MÍ NO ME IMPORTÓ,
PORQUE YO TAMPOCO LO ERA.
DESPUÉS DETUVIERON A LOS CURAS,
PERO COMO YO NO SOY RELIGIOSO,
TAMPOCO ME IMPORTÓ.
AHORA ME LLEVAN A MÍ,
PERO YA ES TARDE.

BERTOLT BRECHT

FELIPE, MARÍA DEL PILAR Y CLAUDIA

**POR TODO SU APOYO Y NUESTRA
HERMANDAD QUE TODO LO SUPERA**

TANIA, DIANA Y MARTÍN

**MOTIVOS ESENCIALES PARA
CONTINUAR EN EL CAMINO**

LIDIA MARÍA

**POR LO QUE SIGNIFICAS PARA MI,
SER COMO ERES Y SABER QUE
SIEMPRE PUEDO CONTAR CONTIGO**

**BEATRIZ NAYELLI, ADRIANA, RUBY
MARGARITA, FABIOLA BELEN, ITZEL, JOSÉ
FELIPE, DANIEL, EDUARDO MICHEL**

POR FORMAR PARTE DE MI

**A TODAS LAS PERSONAS
COMPROMETIDAS, DIRECTA O
INDIRECTAMENTE, CON LA EDUCACIÓN
PUBLICA**

Í N D I C E

ANÁLISIS JURÍDICO-SOCIOLÓGICO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

INTRODUCCIÓN **IV**

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES NORMATIVOS DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

I.1 La Radio	1
I.2 La Televisión	18
I.3 Vinculación de la Radio y la Televisión	22

CAPÍTULO II

LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

II.1 Su estructura	36
II.2 Su reglamento	77
II.3 Su relación con otras disposiciones legales	98

CAPÍTULO III

COMENTARIOS

III.1 Empleo social de la Radio y la Televisión	126
III.2 Trascendencia de la Radio y la Televisión	136
III.3 Necesidades de la Ley Federal de Radio y Televisión	147
III.4 Propuestas	165

CONCLUSIONES	173
---------------------	------------

BIBLIOGRAFÍA	175
---------------------	------------

INTRODUCCIÓN

La crisis económica, política y de credibilidad que existe en nuestro país se debe a la falta de compromiso, el egoísmo y la ambición desmedida en que llega a incurrir el ciudadano mexicano, esto se debe principalmente a la forma en que se le ha inculcado al individuo a actuar, resultando ésta inadecuada si se intenta alcanzar el bien común, siendo los medios electrónicos de comunicación los que en gran medida ayudan a que se presente esta crisis.

La influencia que ejerce la radio y la televisión ha sido aprovechada por los grupos de poder para mediatizar, enajenar y estandarizar a la sociedad imponiendo en ella que es lo de moda, lo normal y lo adecuado, creando y dando impulso al estereotipo del ser individual que por sus aptitudes y sin la ayuda de nadie logra poder y dinero, sosteniendo que su beneficio personal justifica los medios; teniendo estos grupos como única finalidad satisfacer sus intereses.

Aunado a que las disposiciones legales en materia de radio y televisión, aparte de no estar acorde con la actualidad, los preceptos que de alguna forma podrían defender los derechos de los ciudadanos no son aplicados.

La trascendencia y alcance que tienen estos medios no ha sido canalizada en favor de la ciudadanía mexicana solo sirviendo a los intereses de unos pocos, motivo por el cual con el presente trabajo de investigación se pretende reflexionar sobre la importancia de estos medios de comunicación, así como también proponer una solución al problema social planteado.

CAPÍTULO PRIMERO

ANTECEDENTES NORMATIVOS DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

I.1. La Radio

En primer término se menciona que la radiodifusión en México, denominada inicialmente telegrafía data de 1915 cuando aficionados del novedoso medio de comunicación llevaron a cabo varios experimentos de transmisión y recepción en diversos puntos del país. Citando como ejemplo los realizados en Zacatecas por Manuel Bonilla y Manuel Medina Peralta en 1906 y los efectuados en el Distrito Federal por Manuel Perusquia, Manuel Doblado, Ramiro Robles y Manuel Medina, en 1914. En este mismo año se tiene información de que el General Francisco Villa pone a disposición de su ejército cuatro estaciones de telegrafía para el uso en campaña¹.

¹ Cfr. Fuentes, Gloria. Historia de las Comunicaciones y Transportes en México, La Radiodifusión. Secretaría de Comunicaciones y Transportes-Dirección General de Comunicación Social. México 1987, p. 191.

El 19 de octubre de 1916 es promulgado el "Decreto Relativo a Permisos para el Establecimiento de Estaciones Radiotelegráficas", publicado en el Diario Oficial el 31 de octubre del mismo año, bajo el sello de la Secretaría Comunicaciones y Obras Públicas. En el cual se señala en forma sencilla los requisitos para establecer o explotar las estaciones de radiotelegrafía, tomando como punto principal que debe existir la autorización expresa del Gobierno Federal, en caso contrario se haría acreedor a una multa de \$500.00 a \$1,000.00 y/o de uno a once meses de arresto².

En 1920 Saturnino Campy establece comunicación bilateral desde Hermosillo, Sonora, con radioaficionados del sudoeste de los Estados Unidos de Norteamérica³.

Ya en 1921 se expidió el primer permiso para instalar una estación experimental a favor de Francisco Castro Herrera, Carlos Palomino y Carlos González⁴. Al año siguiente el Gobierno Federal con el objeto de establecer un sistema radiofónico adecuado para el país convoca, por medio del entonces Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Amado Aguirre, a todos los ciudadanos que lo desearan a instalar su propia estación y con base en el artículo 27 Constitucional da en concesión las primeras frecuencias a

² Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo IV, Núm. 116, del 31 de octubre de 1916, p. 490.

³ Cfr. Fuentes Gloria. Ob. cit., p. 191.

⁴ Cfr. Ídem. p. 191.

particulares⁵. Iniciándose formalmente la radiodifusión comercial, convirtiéndose en una actividad profesional sólida y con amplias posibilidades de desarrollo.

Fue el 24 de abril de 1926 la promulgación de la "Ley de Comunicaciones Eléctricas" publicada el 26 del mismo mes y año en el Diario Oficial, con sello de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, señalando entre sus principales puntos: que esta Ley rige sobre cualquier sistema eléctrico de transmisión o recepción con o sin hilos conductores de sonidos, signos o imágenes, como el caso de la telegrafía, la telefonía... (artículo 1º); todas las comunicaciones eléctricas son exclusivamente de la Federación y para explotartas se requiere su permiso por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (artículos 2 y 4); únicamente los mexicanos por nacimiento o naturalización y las sociedades constituidas conforme a nuestras leyes podrán ser operadores o concesionarios de instalaciones de comunicación eléctrica (artículos 11 y 25); prohíbe la publicación de mensajes cuyo contenido sea contrario a la seguridad del Estado, a la concordia internacional, a la paz y orden público, a las buenas costumbres o leyes del país y a la decencia del lenguaje o que cause escándalo, ataque en cualquier forma al gobierno constituido, a la vida privada, honra, intereses de las

⁵ Cfr. La Radio en México. Soberanía e Identidad Social (Volumen II). Foro de Consulta Popular de la Comunicación Social-Secretaría de Gobernación. Talleres Gráficos de la Nación, 11 de noviembre de 1983, p. XVII.

personas o que tengan por objeto manifiestamente la comisión de algún delito que obstruyere la acción de la justicia (artículo 12); constituye la Red Nacional la cual queda a cargo de la Dirección General de Telégrafos, entidad de la SCOP, haciendo referencia a las instalaciones que se le incorporarán (artículos del 18 al 22); que al Gobierno Federal se le otorgaría un descuento del 50% en relación a las tarifas establecidas para el público en general (artículo 41); en cuanto a sanciones señala de \$50.00 a \$500 y/o de 18 meses de prisión al que cometiera una infracción grave, aunado a las penas en que pudiera incurrir conforme al Código Penal (artículo 79)⁶.

Posteriormente la Cámara de Diputados crea la Comisión Federal de Radio, con el objeto de vigilar que en las concesiones otorgadas a particulares cumpliera las disposiciones establecidas por el Estado, principalmente en el contenido de la programación y con la facultad de legislar en torno al desarrollo y alcance de la radiodifusión⁷.

La acelerada expansión radiofónica y la finalización de los conflictos armados, así como la creación del Partido Nacional Revolucionario, encaminaron al gobierno a estructurar un sistema más amplio de comunicación con el pueblo, creándose a principios de los años treinta la radiodifusora XEFO, perteneciente

⁶ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo XXXV, Núm. 46, del 26 de abril de 1926, pp. de la 15 a la 21.

⁷ Cfr. La Radio en México. Ob. Cit., p. XIX.

al P.N.R., la cual alternaba la programación con mensajes políticos y publicidad comercial. Esta estación fue la primera en transmitir una campaña política, la del General Lázaro Cárdenas a la Presidencia de la República. Dentro de los estatutos de la XEFO se señalaba como una de sus finalidades "difundir la doctrina del partido, informar diariamente de la gestión del mismo, así como la de los gobernantes e incorporar espiritualmente a la masa proletaria el arte y a la cultura". Cabe hacer mención que esta radiodifusora jugó un papel importante en el cambio de denominación del P.N.R. a Partido de la Revolución Mexicana, en la reforma del artículo 3º Constitucional y en la expropiación petrolera⁸.

Para el 31 de agosto de 1931 es publicada en el Diario Oficial la "Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte", la cual se promulgó el 28 de septiembre del mismo año, bajo el rubro de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, entre sus señalamientos de mayor importancia establece que: son vías generales de comunicación las líneas telegráficas y telefónicas, las instalaciones radiotelegráficas y radiotelefónicas y cualesquiera otras del sistema eléctrico de transmisión o recepción, con o sin hilos conductores de sonido, signos o imágenes, se exceptúan las líneas telefónicas locales, instaladas dentro de los límites de cada Estado, siempre que no conecte con las de otro Estado o con líneas o instalaciones federales o

⁸ Cfr. Ídem. pp. XIX y XX.

de países extranjeros (F. XX, artículo 1º); las concesiones para la construcción, establecimiento y explotación de vías generales de comunicación solo se otorgarán a ciudadanos mexicanos o a compañías organizadas conforme a las leyes del país (artículo 14); en ningún caso se podrá directa o indirectamente traspasar, hipotecar, ni gravar o enajenar la concesión (artículo 21); las vías generales de comunicación son de utilidad pública, siendo de aplicación supletoria el Código Federal de Procedimientos Civiles (artículo 30); el Gobierno Federal tiene derecho a un 50% de descuento de los precios que se cobre al público en general, de los servicios que presten los beneficiarios de las vías generales de comunicación y medios de transporte (artículo 114); la inspección y vigilancia sobre el cumplimiento de las obligaciones y disposiciones federales que se impongan a los concesionarios o permisionarios estará a cargo de la SCOP (artículo 130); ninguna concesión de comunicación eléctrica podrá exceder de 50 años, ni se otorgará en condiciones de competencia para la Red Nacional o constituirá monopolio en favor del concesionario (artículos 502 y 503); crea la Red Nacional, institución a cargo de la Dirección General de Telégrafos, Unidad Administrativa de la SCOP, a quien correspondía su organización y reglamentación (artículo 522); independientemente de las sanciones administrativas que se hiciera acreedor el infractor también se le aplicaba la penalidad transgredida conforme al Código Federal Penal (artículo 706)⁹.

⁹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXVII, Núm. 53.

El 2 de septiembre del año anteriormente citado se promulgó el "Decreto que Establece el Servicio de Anuncios Comerciales por Radiodifusión, en Conexión con la Red Telegráfica Nacional" por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicado el 25 del mismo mes y año en el Diario Oficial, en el cual se señala entre otras cosas: que el precio a cobrar por anuncios será igual al cobrado por telegrama más cuota cobrada por la estación difusora; a la radiodifusora se le cobraría un 10%, como mínimo, del importe total del anuncio; que por el servicio de representación, propaganda y adquisición de anuncios presten; las estaciones de radio harían propaganda gratuita de los servicios postales¹⁰.

Únicamente tiene vigencia de un año la Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte la cual es derogada por la "Ley de Vías Generales de Comunicación" promulgada el 29 de agosto de 1932 y publicada el 28 de septiembre del mismo año, destacando entre sus apartados: que las vías generales de comunicación quedan sujetas exclusivamente al Gobierno Federal por medio de la SCOP (F. X, artículo 10); existen dos formas de poder operar una estación por permiso -para las radiodifusoras culturales y de investigación científica- y por concesión -para la explotación y construcción de

del 31 de agosto de 1931, Sección Segunda, pp. de la 1 a la 78.

¹⁰ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXVIII, Núm. 20, del 25 de septiembre de 1931, Sección Primera, p. 2.

establecimientos-, siendo ambas otorgadas exclusivamente a los ciudadanos mexicanos o compañías organizadas conforme a las leyes del país (artículos del 2 al 4); las vías generales de comunicación son de utilidad pública (artículo 23); el Gobierno Federal tendrá derecho a una reducción del 50% en los precios de toda clase de servicios que cobre al público en general las empresas concesionarias (artículo 105); el Gobierno Federal podrá reservarse en las concesiones para las instalaciones de comunicación eléctrica, el derecho de percibir, como participación en los ingresos que obtengan las empresas en la explotación del servicio público, la cantidad que se convenga (artículo 114); las concesiones para comunicaciones eléctricas se otorgarán por el plazo que señale la SCOP que no exceda de 50 años (artículo 475); ninguna instalación para comunicación eléctrica se otorgará en condiciones de competencia para la red Nacional o que puede constituir monopolio en favor de concesionarios (artículo 476); las estaciones de investigación científica, las difusoras destinadas a fines culturales o comerciales no son de utilidad pública, por lo tanto, no disfrutarán de las franquicias que esta Ley conceda a las demás vías generales de comunicación, tampoco estarán sujetas a revisión (artículo 478); queda prohibido transmitir noticias o mensajes cuyo texto sea contrario a la seguridad del Estado, a la concordia internacional, a la paz u orden público, a las buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje o que perjudique a los intereses económicos colectivos, cause escándalo o ataque en cualquier forma al gobierno constituido o a la vida privada, honra intereses de

las personas, o que tenga por objeto, manifiestamente, la comisión de algún delito o que obstruyere la acción de la justicia¹¹.

En vista de la amplitud de la Ley de Vías Generales de Comunicación el 9 de junio de 1933 se promulga el "Reglamento del Capítulo VI del Libro V" de la referida Ley, publicado en el Diario Oficial el 10 de julio del mismo año, el cual se titula "Instalaciones Radiodifusoras, Comerciales, de Experimentación y Culturales", refiriendo entre sus puntos más destacados que: las instalaciones de radiocomunicación puede ser de radiodifusión o de experimentación, las primeras se dividen en comerciales o culturales y las segundas en de investigación científica o de aficionados (artículo 1º.); las comerciales requieren contrato-permiso de la SCOP, el cual solo se otorgará a mexicanos por nacimiento o sociedades constituidas conforme a sus leyes por un plazo no mayor de 50 años (artículo 6); las estaciones radiofónicas solo podrán ser manejadas por operadores responsables, mexicanos por nacimiento o por naturalización (artículo 13); que dada la poderosa influencia que ejerce la radiodifusión en la cultura del país, se pondrá especial cuidado en la corrección del lenguaje, evitando la divulgación y propagación de errores y faltas gramaticales que redunden en contra de su pureza (artículo 16); la propaganda comercial no podrá ocupar más de un 20% del tiempo destinado a cada

¹¹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXIV. Núm. 22, del 28 de septiembre de 1932, Sección Segunda, pp. de la 1 a la 60.

programa (artículo 17); las visitas de inspección señaladas por la Ley de Impuesto a las estaciones radiodifusoras serán: 1) técnicas, reúna los requisitos técnicos señalados, y, 2) fiscales, para corroborar la exactitud de los ingresos y conceptos declarados en las manifestaciones (artículo 26); el beneficiario someterá a aprobación de la SCOP las tarifas que pretenda establecer para el cobro de sus servicios de anuncio y propaganda, así como los convenios que deriven del contrato y que no sean resultado directo de la aplicación de dicha tarifa (artículo 31); la SCOP daría indicaciones al beneficiario para corregir o mejorar el servicio que a su juicio no resultara satisfactorio (artículo 32); que la SCOP expediría el permiso para la instalación de radiodifusoras culturales, mismo que sería por tiempo ilimitado y revocado en cualquier momento a juicio de la misma Secretaría (artículo 34); que en todas las transmisiones de carácter oral se usará el español en primer lugar pudiéndose hacer la traducción en otro idioma, para ésta se requeriría autorización de la SCOP (artículo 73); prohibía transmitir noticias o mensajes cuyo texto sea contrario a la seguridad del Estado, concordia internacional, paz u orden público, las buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje, o que perjudique los intereses económicos colectivos, cause escándalo o ataque en cualquier forma al gobierno constituido o a la vida privada, honra o intereses de las personas, o que tenga por objeto, manifiestamente, la comisión de algún delito que obstruyere la acción de la justicia (artículo 77); entre las principales causas de rescisión señala: que la manejen operadores no naturalizados;

enajenen el contrato o algún derecho que emane de él sin autorización; cambie el beneficiario de nacionalidad; defraude de cualquier forma el Erario; y, traspase, grave o enajene todo o parte del contrato sin autorización de la SCOP (artículo 90)¹².

Para el 23 de diciembre de 1936 se promulga el "Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y Aficionados", publicada en el Diario Oficial el 30 del mismo mes y año, suscrita por la SCOP, derogando el Reglamento del Capítulo VI del Libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación, misma en la que se señala la forma de obtener la concesión para las radiodifusoras comerciales, las condiciones técnicas y forma de explotación, que las concesiones o permisos deben ser expedidos en español, hace referencia a la revocación y a la caducidad en caso de incumplimiento y establece sanciones¹³.

El 27 de febrero de 1937, se reúnen siete radiodifusoras de provincia, para fundar la "Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras" (AMER). El 11 de mayo del mismo año se llevó a cabo una convención nacional, cuyo resultado fue constituir una nueva organización, denominada "Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales" (AMERC), siendo los

¹² Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXIX, Núm. 7, del 10 de julio de 1933, pp. de la 112 a la 118.

¹³ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo XCIX, Núm. 41, del 30 de diciembre de 1936, Sección Primera, pp. de la 6 a la 13.

primeros antecedentes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión¹⁴.

Se hace mención que la emisión gubernamental radiofónica de mayor antigüedad es "La Hora Nacional" la cual inicia sus transmisiones el 25 de julio de 1937, durante el gobierno del General Lázaro Cárdenas¹⁵.

Cabe señalar que en 1937 se funda Radio Universidad, perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, y en 1938 Radio Universidad de San Luis Potosí, es a partir de esta fecha que la radiodifusión universitaria comienza a desarrollarse en buena parte del país como es el caso de Veracruz, Yucatán, Aguascalientes, Jalisco, Guanajuato, Michoacán, Sonora, Querétaro, Durango y Baja California¹⁶.

La importancia de la radio va fuera de nuestras fronteras cuando bajo la firma de la Secretaría de Relaciones Exteriores el 28 de octubre de 1938 es promulgado el "Decreto que Aprueba la Convención Interamericana sobre Radiocomunicaciones" celebrada el 13 de diciembre de 1937 en La Habana, Cuba, y publicado el 28 de diciembre del mismo año en el Diario Oficial. Los países participantes fueron Brasil, Canadá, Colombia, Cuba, Chile, República

¹⁴ Cfr. Folleto de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, presentado en la Exposición de Comunicación y Transportes de octubre de 1991 en la sede la SCT.

¹⁵ Cfr. La Radio en México. Ob. cit. p. XXII.

¹⁶ Cfr. Idem. p. XXI.

Dominicana, Estados Unidos de Norteamérica, Guatemala, Haití, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela¹⁷. Así mismo, el 3 de octubre de 1939 se publica en el Diario Oficial el "Decreto que Promulga la Convención Interamericana sobre Radiocomunicación", en el cual reconoce las ventajas de trabajar en cooperación y mutuo entendimiento, acuerdan facilitar y fomentar la retransmisión o intercambio de programas de carácter cultural, educativo o histórico de los países del continente americano. Siendo estos dos decretos los más destacados a nivel internacional¹⁸.

En 1939 la AMERC se registró en la Cámara de Transportes y Comunicaciones, creándose la sección de Radiodifusión. Dos años después, el 15 de noviembre, la Dirección General de Comercio e Industria dependiente de la Secretaría de Economía Nacional, aprobó la creación de la "Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión"¹⁹.

Para el 19 de febrero de 1940 se deroga la Ley de Vías Generales de Comunicación, promulgada el 29 de agosto de 1932, fecha en que es publicada en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley, la cual se expidió el 30 de diciembre de 1939, con la misma denominación que su antecesora, señalando

¹⁷ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXI. Núm. 46. del 28 de diciembre de 1938, p. 1.

¹⁸ Cfr. Diario Oficial Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXVI. Núm. 27. del 3 de octubre de 1939. Sección Segunda, pp. de la 1 a la 9.

¹⁹ Cfr. Folleto de la CIRF. Ob. Cit.

entre sus puntos: que son vías generales de comunicación las líneas conductoras eléctricas y el medio de comunicación en que se propagan las ondas electromagnéticas, cuando se utilizan para verificar comunicaciones de signos, señales, escritos, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza (F. X, Artículo 1º); las vías generales de comunicación están exclusivamente sujetas a los Poderes Federales (artículo 3); para poder construir, establecer y explotar las vías generales de comunicación debe obtenerse concesión o permiso del Ejecutivo Federal, siendo éste el requerido para establecer las estaciones radiodifusoras culturales, de experimentación científica y las de los aficionados (artículos 8 y 9); la concesión de las vías generales de comunicación solo se otorgarán a ciudadanos mexicanos o a sociedades constituidas conforme a las leyes del país (artículo 12); la concesión caducará cuando los concesionarios no paguen la participación que corresponde al Gobierno Federal, cuando así se haya estipulado, o se defraude dolosamente el Erario, en la participación, sin perjuicio de la responsabilidad penal que haya lugar (artículo 20); las vías generales de comunicación son de utilidad pública (artículo 21); el Gobierno Federal tendrá derecho a una reducción del 50% en los precios de toda clase de servicios que cobre al público las empresas beneficiadas de las vías generales de comunicación y las de servicios auxiliares o conexas a éstas cuando el servicio sea Oficial (artículo 102); el Gobierno Federal tendrá derecho a recibir una participación de los ingresos que obtengan de las empresas de las vías generales de comunicación y medios de transporte por la explotación de

los servicios concesionados, dicha participación se fijará en la misma concesión o permiso (artículo 110); queda prohibido transmitir noticias o mensajes cuyo texto sea contrario a la seguridad del Estado, a la concordia internacional, a la paz, a el orden público, a las buenas costumbres, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje; o que perjudique los intereses culturales o económicos de la Nación, causen escándalo o ataquen en cualquier forma al Gobierno Constituido, a la vida privada o que tenga por objeto la comisión de algún delito u obstrucción a la acción de la justicia (artículo 377); las radiodifusoras comerciales solo podrán transmitir: programas musicales o puestas de teatro, programas de divulgación científica y artística, crónicas, informaciones deportivas o de interés general, propaganda comercial con las limitaciones que se señale en los reglamentos respectivos (artículo 403); y, la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas designará un interventor que ejercerá el debido control y vigilancia en el funcionamiento y explotación de cada radiodifusora comercial, quedando sus emolumentos a cargo del Erario (artículo 408)²⁰.

También a principios de los años cuarenta surgen grandes cadenas de emisoras que abarcan todo el país. La primera cadena de este tipo fue Radio Programas de México, fundada por los señores Azcárraga Vidaurreta y

²⁰ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXVIII, Núm. 41, del 19 de febrero de 1940, Sección Segunda, pp. de la 1 a la 54.

Clemente Serna Martínez, siendo a finales de estos años que se fundó la primera organización que agrupó a todos los concesionarios del ramo "la Cámara Nacional de la Industria de la Radio"²¹.

El 6 de febrero de 1942 es promulgado el "Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados", publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo del mismo año, el cual abroga el Reglamento de Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados del 23 de diciembre de 1936, mismo que señala entre sus artículos más relevantes: que las estaciones radiodifusoras se dividen en comerciales -las destinadas a la explotación de propaganda comercial-, culturales -no obtengan dinero alguno por la función que realizan-, experimentación científica -que exclusivamente se dediquen a los trabajos de dicha índole- y de aficionados -las que se utilizan en la técnica y en la práctica de los sistemas de radiocomunicación, por simple entretenimiento y sin interés alguno- (artículos del 1º al 5º); para la explotación de estaciones de radio comerciales es necesario obtener concesión de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, otorgándose éstas solo a ciudadanos mexicanos o sociedades constituidas conforme a las leyes del país (artículo 6); la retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones radiodifusoras, únicamente

²¹ Cfr. Comunicación Social. Ob. Cit. p. XXI.

podrá hacerse con la previa autorización de la SCOP (artículo 25); las transmisiones deberán hacerse en idioma español (artículo 26); las transmisiones deberán ser sometidas a la aprobación de un interventor de la SCOP y se sujetará entre otras a las siguientes bases: los anuncios tendrán una duración mayor de dos minutos y entre cada dos se intercalará un número musical o de cualquier índole que no implique publicidad comercial, cuando menos el 25% del programa diario deberá contener música típica mexicana y la radiación del anuncio comercial por medio de reproducción mecánica solo podrá hacerse dos veces cada 15 minutos como máximo (artículo 28); y, queda prohibido transmitir propaganda y anuncio de productos industriales o comerciales, y actividades de cualquier clase que engañen al público o que le cause algún perjuicio por la exageración o falsedad, la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades (artículo 116)²².

El 30 de diciembre de 1947 es promulgado el "Decreto que Aprueba la Convención Interamericana de Comunicaciones" suscrita en Río de Janeiro, Brasil, durante la III Conferencia Interamericana de Radiodifusión, celebrada el 27 de septiembre de 1945 y publicada en el Diario Oficial el 10 de febrero de 1948 bajo el rubro de la Secretaría de Relaciones Exteriores²³.

²² Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXXXII, Núm. 15, del 20 de mayo de 1942, pp. de la 4 a la 15.

²³ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CLXVI, Núm. 33, del 10 de febrero de 1948, Sección Primera, p. 1.

A principios de los cincuenta el territorio mexicano quedó cubierto en su totalidad por radiodifusoras, los últimos Estados en tenerlas fueron Hidalgo, 1945; Tlaxcala, 1948; Tabasco, 1954; y, Baja California, 1958²⁴.

En 1952 comenzó a funcionar en gran escala la Frecuencia Modular, la cual operó sin anuncios durante casi dos décadas²⁵.

El 8 de enero de 1960 es promulgada la Ley Federal de Radio y Televisión de la cual se hablará mas adelante²⁶.

1.2 La Televisión

Por lo que hace a este medio de comunicación nace experimentalmente en nuestro país desde 1933²⁷, 13 años después que en Estado Unidos de

²⁴ Cfr. La Radio en México. Ob. cit. p. XXII.

²⁵ Cfr. Idem. p. XXIII.

²⁶ Cfr. Enciclopedia de México. 3ra. Edición. Editora e Impresora Mexicana, S.A. de C.V. México 1978. Tomo II, p. 91.

²⁷ Cfr. Idem. Enciclopedia de México. Tomo 12. Ob. p. 90.

Norteamérica²⁸, situación que visualizan nuestros legisladores para que en 1926 en el artículo 1º de la Ley de Comunicaciones Eléctricas establece que ésta "rige sobre cualquier sistema eléctrico de transmisión y recepción con o sin hilos conductores de sonidos, signos o imágenes"²⁹.

Para 1931 en la Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte se establece en su artículo 1º, Fracción XX, que las vías generales de comunicación son "las líneas telegráficas y telefónicas y cualesquiera otras del sistema eléctrico de transmisión o recepción, con o sin hilos conductores de sonidos, signos o imágenes"³⁰.

En 1932 en la promulgación de la Ley de Vías Generales de Comunicación en la Fracción X de su Primer artículo, se copió íntegra la Fracción XX del artículo 1º de la Ley sobre las Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte³¹.

Aún en su carácter experimental la televisión es nuevamente tomada en cuenta en 1940 al promulgarse la nueva Ley de Vías Generales de Comunicación en la

²⁸ Cfr. Historia de la Televisión en México. Educación (Volumen II). Foro de Consulta Popular de la Comunicación Social-Comunicación Social-Secretaría de Gobernación. Talleres Gráficos de la Nación. México, 12 de diciembre de 1983. p. XVII.

²⁹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo XXXV, Núm. 46, del 26 de abril de 1926, p. 15.

³⁰ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXVII, Núm. 53, del 31 de agosto de 1931, Sección Segunda, p. 1.

³¹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXIV, Núm. 22, del 28 de septiembre de 1932, Sección Segunda, p. 1.

Fracción X de su Primer artículo al señalar que son vías generales de comunicación "las líneas conductoras eléctricas y el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, cuando se utilizan para verificar comunicaciones de signos, señales, escritos, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza..."³².

A mediados de los años cuarenta este medio de comunicación se ve obstaculizado por la falta de normatividad específica para su regulación y por el desconocimiento de la aplicación práctica que se le pudiera dar, motivo por el cual en 1947 el Presidente Miguel Alemán comisiona a Guillermo González Camarena y Salvador Novo³³ a Europa y Estados Unidos a estudiar los dos modelos de manejo de la televisión practicados en ese momento: el de la propiedad estatal europeo y el de la propiedad comercial de la televisión estadounidense.

Ya en 1950, previa valoración que se hace de ambos modelos, el Gobierno Federal opta por convinarlos, concesionando canales a particulares interesados en la explotación comercial del medio y reservándose la posibilidad de instalar sus propios canales³⁴.

³² Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXVIII, Núm. 41, del 19 de febrero de 1940, Sección Segunda, p. 1.

³³ Cfr. Fuentes, Gloria. Ob. cit. p. 195.

³⁴ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XVII.

Durante el año de 1950 el Presidente Miguel Alemán concede las frecuencias de los canales 4, a Rómulo O'Farril, la del 2, a Emilio Azcárraga Vidaurreta -que ya contaba con una amplia experiencia en la radiodifusión-, y la del 5, a Guillermo González Camarena. En sus inicios estos canales tuvieron una programación parecida a la de las estaciones de radio, como son los programas de concurso, variedades musicales, reseñas informativas, entrevistas y presentaciones en vivo³⁵.

El 11 de febrero del mismo año, es promulgado el "Decreto que Fija las Normas a que se Sujetarán en su Instalación y Funcionamiento las Estaciones Radiodifusoras de Televisión", promulgado el 18 de enero de 1950, manifestando que las radiodifusoras quedarán sujetas a este decreto para su instalación y funcionamiento, destinándose desde entonces dentro del espectro de frecuencia 13 canales³⁶.

Los tres canales existentes operan independientemente hasta 1954 cuando se fusionan el 2 y el 5 y el año siguiente lo hace el 4 para conformar la empresa denominada Telesistema Mexicano, S.A. De esta forma los concesionarios de la televisión alcanzan una mayor y mejor cobertura de sus señales,

³⁵ Cfr. Idem. p. XVIII.

³⁶ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CLXXVIII, Núm. 36, del 11 de febrero de 1950, Sección Primera, pp. 5 y 6.

diversificando su programación, consolidándose técnica y comercialmente, llegando a transmitir de 7 a 9 horas diarias³⁷.

Después de dos años de experimentación en 1959 sale al aire XHIPN, Canal 11, primera frecuencia televisiva del Estado³⁸.

Con motivo del desarrollo alcanzado por la radio y la televisión a finales de la década de los cincuenta hubo la necesidad de crear la base jurídica que regulara los derechos y obligaciones de los concesionarios ante el Estado y los particulares. Así a finales de 1959 el Presidente Adolfo López Mateos envía al Congreso de Unión una iniciativa de la Ley Federal de Radio y Televisión³⁹.

I.3 Vinculación de la Radio y la Televisión

En octubre de 1958 fue turnada para su estudio y dictamen a la Comisión de la Industria de la Radio y Televisión de la Cámara de Diputados la iniciativa de la

³⁷ Cfr. Fuentes, Gloria. Ob. cit. 196.

³⁸ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XIX.

³⁹ Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12. Ob. cit. p. 96.

Ley Federal de Radiodifusión presentada el 12 de julio de 1954 por el diputado Juan José Osorio Palacios, pero tomando en cuenta el tiempo transcurrido entre la fecha de la iniciativa mencionada al que fue sometida a estudio, así como al desarrollo obtenido y la necesidad de legislar en el ramo de la televisión, se estima elemental la redacción de un nuevo proyecto que contemplara estos puntos⁴⁰

Se hace mención que para el año de 1959 regía para la radio y la televisión de forma general el Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, promulgado el 6 de febrero de 1942, y la Ley de Vías Generales de Comunicación, promulgada el 29 de agosto de 1932, y específicamente para la televisión era el Decreto que Fija las Normas a que se Sujetarán en su Instalación y Funcionamiento las Estaciones Radiodifusoras de la Televisión, promulgado el 18 de enero de 1950.

Considerando la trascendencia social que tiene la radio y la televisión los legisladores reglamentaron dicha actividad de interés público en forma especial y autónoma al promulgar el 8 de enero de 1960 la Ley Federal de la Radio y

⁴⁰ Cfr. Diario de Debates de la Cámara de Diputados. XI.IV Legislatura. Tomo 1, Núm. 21, del 10 de noviembre de 1959, p. 2.

Televisión, publicada en el Diario Oficial el 19 del mismo mes y año, de la cual se hablará en el siguiente Capítulo.

Para 1962 existían en el país 435 estaciones de radio, de las cuales 422 eran de carácter comercial y 13 culturales.

A principio de los sesenta, muchas de las empresas radiofónicas que operaban en onda corta, frecuencias internacionales, suprimieron o descuidaron sus transmisiones debido a que el manejo de esta frecuencia les resultaba incosteable⁴¹.

La Red Nacional de Telecomunicaciones inició su construcción en 1963 bajo la vigilancia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, integrándose básicamente por el servicio de microondas que conducen las señales telegráficas, telefónicas de radio y televisión⁴².

A nivel internacional también existe reglamentación cuando el 25 de junio de 1964 es promulgado el Decreto por el que se Promulga el Texto del Reglamento de Radiocomunicaciones, suscrito por México en Ginebra en 1959, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de noviembre de 1965⁴³

⁴¹ Cfr. La Radio en México. Ob. Cit. p. XXIII.

⁴² Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12, Ob. cit. p. 96.

⁴³ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCLXXIII, Núm. 16, del 18 de noviembre de 1965, Sección Segunda, pp. de la I a la 195.

A mediados de los sesenta el Gobierno Federal otorgó permisos y apoyó la creación de frecuencias radiales para las zonas indígenas del país⁴⁴.

El 10 de octubre de 1968 se puso en servicio la Torre de Telecomunicaciones en las que confluyen las troncales de microondas⁴⁵

El 1º de septiembre del referido año, salió al aire la señal de XHTV- Canal 8, propiedad de Televisión Independiente de México, empresa de capital regiomontano, llegando a ser el competidor de mayor peso de Telesistema Mexicano, S.A. El 12 de octubre del citado año se inaugura XHDFTV Canal 13, cuya concesión se otorgó a Francisco Aguirre⁴⁶.

El 30 de diciembre de 1968, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público presentó la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos para el Ejercicio Fiscal de 1969, aludiendo directamente a los concesionarios, estableciendo que éstos debían depositar el 49% de sus acciones en fideicomiso o en algunas de las financieras del Estado, pasando a ser éste accionista de la industria de la Radio y Televisión, participando

⁴⁴ Cfr. La Radio en México. Ob. cit. p. XXIII.

⁴⁵ Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12. Ob. cit. p. 96.

⁴⁶ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XXIII.

directamente en su estructura administrativa y de programación, teniendo derecho a parte proporcional de las utilidades comerciales de las empresas.

Un día después la misma Secretaría de Hacienda y Crédito Público adicionó en dicha Ley un artículo en el que señalaba que la Federación podría percibir los ingresos provenientes de los servicios declarados de interés público, dentro de los que están contempladas las empresas concesionarias de los bienes de dominio directo de la nación, pagando un 25% del total de las utilidades del Estado. Dicho sistema de pago entraría en vigor el 1° de julio de 1969.

Sin embargo los concesionarios no consideraron conveniente ninguna de las dos propuestas, negociando por medio de la Cámara Nacional de la Industria la Radio y Televisión con el Ejecutivo quien a su vez autorizó a la SHCP a percibir el impuesto en especie, es decir, con la cesión del 12.5% de tiempo de transmisión en total al Estado⁴⁷.

El 21 de agosto de 1969 se creó la Comisión Intersecretarial en materia de Radio y Televisión encargada de manejar ese porcentaje del 12.5% de producción comercial⁴⁸.

⁴⁷ Cfr. Idem. pp. XXIV y XXV.

⁴⁸ Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12. Ob. cit. p. 96.

El 29 de diciembre de 1969 es promulgado el Decreto que reforma los artículos 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de enero del siguiente año⁴⁹.

La creación de la Subsecretaría de Radiodifusión, decretada un día después de tomar posesión de su cargo el Presidente Luis Echeverría Álvarez, el 2 de diciembre de 1970, misma que junto con la Comisión Intersecretarial en Materia de Radio y Televisión se les dio la función de vigilancia, aprovechamiento y coordinación del tiempo oficial, así como de la Ley Federal de Radio y Televisión. Por primera vez en la Administración Pública Federal se estructuró una dependencia expresamente dedicada, por una parte, a elaborar los contenidos, coordinar la producción y transmitir los mensajes públicos y, por otra parte, vigilar que los concesionarios comerciales cumplieran con las disposiciones jurídicas de la Ley Federal de Radio y Televisión, así como el acuerdo fiscal del 12.5% de tiempo de transmisión⁵⁰.

La Comisión de Radiodifusión inicia sus actividades el 10 de febrero de 1971, creada por acuerdo presidencial del 27 de junio de 1969, la cual tenía como función producir programas para utilizar el 12.5% del tiempo que corresponde al Estado⁵¹. Esta Comisión Federal esta constituida por un representante (y

⁴⁹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXCVIII, Núm. 22, del 27 de enero de 1970, pp. 5 y 6.

⁵⁰ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XXX.

⁵¹ Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12. Ob. cit. p. 96.

presidente) de la Secretaría de Gobernación, dos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, uno de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, uno de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, uno de la Secretaría de Educación Pública y un secretario de actas, además de los diferentes departamentos operativos, técnicos y administrativos necesarios para cumplir sus fines.

La competencia establecida entre los canales comerciales había llegado a un punto en el que la programación y la creatividad quedarían supeditados a la publicidad, la duración de los comerciales y de programas de concurso auspiciados por firmas comerciales aumentaron de manera excesiva. La competencia entre las tres concesiones comerciales televisivas, la experiencia y el tiempo de operación de Telesistema Mexicano, S.A. y el respaldo industrial detrás de la Televisión Independiente de México, S.A., le hacía muy difícil sustentar un alto nivel competitivo a Canal 13⁵².

En 1970, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión adquiere su denominación actual y desde 1971 se identifica por su logotipo actual con las siglas CIRT⁵³.

⁵² Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XXVII.

⁵³ Cfr. Folleto de la CIRT. Ob. cit.

El 15 de marzo de 1972 el gobierno mexicano adquirió la totalidad de las acciones del Canal 13, por conducto del grupo financiero Somex. Anunciándose de inmediato que la programación sería modificada, en ese entonces el 97.5% del tiempo se destinaba a la transmisión del material extranjero, un mes y medio después se producía el 7.5%⁵⁴.

La Televisión Rural del Gobierno Federal, se creó con el propósito de hacer llegar el servicio a las poblaciones campesinas, por medio del decreto expedido el 2 de mayo de 1972, autorizando a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para ejecutar sus planes y los proyectos⁵⁵.

A finales de 1972 las dos cadenas televisivas concesionadas comenzaron una serie de pláticas con la finalidad de unificar ambas empresas.

En el número 1320, de fecha 5 de enero de 1973, de la revista denominada "TV y Radiodifusión" manifiestan ambas empresas televisivas concesionadas su unificación para crear la empresa denominada Televisa, S.A., manejando como objetivo principal programas, producir y coordinar las actividades de los canales 2, 4, 5 y 8. Iniciando sus operaciones el día 8 del mismo mes y año⁵⁶.

⁵⁴ Cfr. Enciclopedia de México. Volumen 12. Ob. cit. p. 96.

⁵⁵ Cfr. Ídem. p. 97.

⁵⁶ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XXVIII.

La Ley Federal Electoral, publicada en el Diario Oficial el 5 de enero de 1973, da acceso a los partidos políticos a la Radio y Televisión, estableciendo en su Fracción III, del artículo 39, que "los partidos políticos podrán tener accesos a la Radio y Televisión durante los periodos de campaña electoral"⁵⁷.

El 4 de abril de 1973 es publicado en el Diario Oficial el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, del cual se hablará más adelante, promulgado el 8 de marzo del mismo año, creando el Consejo Nacional de la Radio y Televisión, órgano consultivo integrado por autoridades, concesionarios y trabajadores, encargado de evaluar el nivel cultural, social y artístico de las transmisiones⁵⁸.

El 31 de diciembre de 1974, es publicado en el Diario Oficial el "Decreto por el que Reforma y Adiciona la Ley Federal de Radio y Televisión" en donde se reforman los artículos 101, 103 y 104, adicionándose el artículo 104-BIS, éste es promulgado el 28 del mes y año citado y entra en vigor el 31 de enero del siguiente año⁵⁹.

⁵⁷ Cfr. Idem. p. XXIX.

⁵⁸ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXVII, Núm. 24, del 4 de abril de 1973, pp. de la 2 a la 9.

⁵⁹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXXVII, Núm. 41, del 31 de diciembre de 1974, pp. 21 y 22.

Como un rubro especial, cabe hacer mención, que el 18 de enero de 1979 se publica en el Diario Oficial el Reglamento al Servicio de Televisión por Cable. Respecto a la legislación de los programas a transmitirse en la televisión por cable se ajusta a lo establecido por la Ley Vías Generales de Comunicación⁶⁰.

El 10 de diciembre de 1980 entra en vigor el "Decreto por el que se Reforman Diversos Artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión" el cual reforma los artículos 9, Fracción II, 18, 19 y 30, Fracción III, el cual es promulgado el 28 de octubre de 1980 y publicado en el Diario Oficial el día 19 de noviembre del mismo año⁶¹.

En 1981 las emisoras de televisión en el país son 124 comerciales y 4 culturales, para 1982 las horas de transmisión en los principales canales, 2, 4, 5, 8, 11 y 13, es de 39, 223.00 horas al año⁶².

Por lo que hace a las emisoras de radio en el país en 1981 había 808 emisoras de radio comerciales y 46 culturales, en el mismo año hay 656 estaciones en amplitud modulada, 177 en frecuencia modulada y 21 en onda corta⁶³.

⁶⁰ Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. p. XXXII.

⁶¹ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXII, Núm. 6, del 19 de noviembre de 1980, Sección Primera, pp. 8 y 9.

⁶² Cfr. Historia de la Televisión en México. Ob. cit. pp. KXXVI y XXXVII.

⁶³ Cfr. La Radio en México. Ob. cit. pp. XXVI y XXVII.

El día 12 de enero de 1982 entra en vigor el "Decreto de Reformas y Adiciones de la Ley Federal de Radio Televisión", promulgado el 30 de diciembre de 1981 y publicado en el Diario Oficial el 11 de enero del año siguiente, el cual adiciona la Ley en su artículo 10, Fracción II, convirtiendo la Fracción II en la Fracción III, corriéndose en su orden las Fracciones subsecuentes; y el artículo 11 Fracción IV, convirtiendo la actual Fracción IV en Fracción V corriéndose asimismo las siguientes Fracciones⁶⁴.

El Instituto Mexicano de la Radio, es creado por decreto como organismo Público descentralizado, promulgado el 23 de marzo de 1983 y publicado en el Diario Oficial dos días después, entrando en vigor el día siguiente de su publicación⁶⁵.

En la misma fecha salió publicado en el Diario Oficial el "Decreto por el que se Crea el Organismo Denominado Instituto Mexicano de la Televisión", entrando en vigor el 26 de marzo de 1983 y promulgado tres días antes⁶⁶.

Para finales de 1983 el país contaba con 880 estaciones de radio y 400 de televisión. Las estaciones de radio concesionadas al sector privado alcanzan el

⁶⁴ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXX, Núm. 6, del 11 de enero de 1982, Sección Primera, pp. de la 3 a la 5.

⁶⁵ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXXVII, Núm. 18, del 25 de marzo de 1983, pp. de la 2 a la 6.

⁶⁶ Cfr. Ídem. pp. de la 6 a la 9.

90% de la población, mientras que las del Estado sólo llegan al 35%. En la televisión, la industria privada cubre el 80% y la Oficial al 70%.

En 1984 el Estado mexicano da inicio bajo su propia dirección de administración al Canal 7, convirtiendo el Canal 8 en 9 de UFM, lanzándose inicialmente la señal desde las instalaciones del Canal 13. En este mismo año el Senado de la República aprueba la iniciativa de reformas a la Ley de Vías Generales de Comunicación que incluye el establecimiento de exclusividad del Estado para los sistemas de comunicación vía satélite, así como su operación, control y fijación de las bases a que habrán de sujetarse los particulares en la creación de estaciones terrenas que reciban este tipo de señales⁶⁷.

El 28 de diciembre de 1985 es promulgado el "Decreto de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión", en el cual se adiciona el artículo 106 a la referida Ley, publicado en el Diario Oficial el 13 de enero del año siguiente y entra en vigor el día siguiente⁶⁸.

El Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión queda instalado en enero de 1986, cuya función es la de analizar el desempeño de los medios electrónicos respecto a los fines que la Ley les asigna.

⁶⁷ Cfr. Fuentes, Gloria. Ob. cit. pp. 199 y 200.

⁶⁸ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXCIV, Núm. 8, del 13 de enero de 1986, p. 2.

Simultáneamente, en ese mismo año, se ponen en servicio cinco enlaces cortos de microondas en varios puntos del país, para interconectar al Instituto Mexicano de la Televisión a la Red Federal de Microondas⁶⁹.

Para 1989 existían 898 estaciones concesionadas -673 en ampliación modulada, 214 en frecuencia modulada y 11 en onda corta-, 90 permisionadas -41 en ampliación modulada, 38 en frecuencia modulada y 22 en onda corta- y 1 de dominio directo de la Nación; por lo que hace a canales de televisión existen 567 de las cuales 211 son concesionadas y 236 permisionadas⁷⁰.

En 1992 se cuenta con un total de 1006 estaciones de radio concesionadas - 705 ampliación modulada, 294 frecuencia modulada y 7 onda corta- y 99 permisionadas -46 ampliación modulada, 42 frecuencia modulada y 11 onda corta-; en cuanto a canales de televisión hay 543, de los cuales 279 son concesionadas, 227 permisionadas y 37 complementarias⁷¹.

En julio de 1993 en licitación pública es otorgada la concesión de los canales 7 y 13, a Televisión Azteca, a la sociedad encabezada por los CC. Ricardo

⁶⁹ Cfr. Fuentes, Gloria. Ob. cit. p. 199.

⁷⁰ Cfr. Anuario Estadístico 1989. Secretaría de Comunicaciones y Transportes-Litografía Delta, S.A. México 1990, pp. de la 93 a la 95.

⁷¹ Cfr. Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Talleres Gráficos del INEGI. México, Marzo de 1994 p. 307.

Benjamin Salinas Pliego y Moises Saba Raffoul; para el 26 de julio de 1994, es formalizada la sociedad entre Televisión Azteca y la National Broadcasting Company, NBC, de Estados Unidos de Norteamérica, en Los Pinos, Cd. de México, bajo la denominación de Ceremonia de Firma de Asociación Estratégica Televisión Azteca y NBC⁷².

Para septiembre de 1996, existen 824 estaciones de radio en A.M. -754 concesiones y 70 permisionadas⁷³-, 453 en F.M. -377 concesionadas, de las cuales 83 son repetidoras de estaciones A.M., y 76 permisionadas-, 16 onda corta -5 concesionadas y 11 permisionadas⁷⁴- y 612 estaciones de televisión - 480 concesionadas y 132 permisionadas⁷⁵-.

⁷² Karla Alvarez, Asistente de Comunicación Social de Televisión Azteca, tel. 4 20 13 13, Comunicación Social.

⁷³ Lic. Beatriz Bastida Angeles, Jefe del Departamento de Radio A.M., de la Subdirección de Concesiones y Permisos, Dirección de Radio, Dirección General de Sistemas de Difusión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

⁷⁴ Luis Mario Estrada Figueroa, Jefe de Oficina de Radio F.M. y O.C., de la Subdirección de Concesiones y Permisos, Dirección de Radio, Dirección General de Sistemas de Difusión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

⁷⁵ Ing. Eduardo Flores, Jefe de la Oficina de Unidad Coordinadora de T.V., de la Subdirección de Concesiones y Permisos, Dirección de Televisión, Dirección General de Sistemas de Difusión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

CAPÍTULO SEGUNDO

LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

II.1. Su Estructura

El objetivo de este capítulo es señalar los artículos que cuentan con un gran contenido social, dar a conocer su respaldo y fundamentación legal y determinar el sentido que nuestros legisladores pretendieron plasmar en los mismos; establecer la relación que existe entre el Reglamento y los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión; así como la relación de esta Ley con otras disposiciones legales que se correlacionan directamente con la ley mencionada y en cada uno de los puntos se comentará brevemente sobre los mismos.

Antes de iniciar propiamente la exposición de los resultados de la investigación de tesis es conveniente mencionar que al referirnos a la Ley Federal de Radio y Televisión se empleará el término Ley.

La estructura de la Ley Federal de Radio y Televisión⁷⁶, la cual se conforma en seis títulos, sistematizando su articulado en capítulos, es de la siguiente forma:

TÍTULO PRIMERO

Principios Fundamentales.

CAPÍTULO ÚNICO.

(artículos del 1 al 7)

TÍTULO SEGUNDO

Jurisdicción y Competencia.

CAPÍTULO ÚNICO.

(artículos del 8 al 12)

TÍTULO TERCERO

Concesiones, Permisos e Instalaciones.

CAPÍTULO PRIMERO. Concesiones y Permisos.

CAPÍTULO SEGUNDO. Nulidad, Caducidad y Revocación.

⁷⁶ Cfr. Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXXXVIII, Núm. 15, del 19 de enero de 1960 y sus reformas, pp. de la 01 a la 19.

CAPÍTULO TERCERO. Instalaciones.

(artículos del 13 al 45)

TÍTULO CUARTO

Funcionamiento.

CAPÍTULO PRIMERO. Operación.

CAPÍTULO SEGUNDO. Tarifas.

CAPÍTULO TERCERO. Programación.

CAPÍTULO CUARTO. De las Escuelas Radiofónicas.

CAPÍTULO QUINTO. De los Locutores.

(artículos del 46 al 89)

TÍTULO QUINTO

Coordinación y Vigilancia.

CAPÍTULO PRIMERO. Organismo Coordinador.

CAPÍTULO SEGUNDO. Inspección y Vigilancia.

(artículos del 90 al 100)

TÍTULO SEXTO

Infracciones y Sanciones.

CAPÍTULO ÚNICO.

(artículos del 101 al 105)

Procederemos al análisis de los artículos que a criterio se consideran de mayor importancia:

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

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

Estos artículos tienen su fundamento en el artículo 27, Párrafos Cuarto y Sexto, de la Constitución Política de los Estados Unidos de México donde establece que *"Corresponde a la Nación el dominio directo de... y el espacio situado sobre el territorio nacional..."* y *"...el dominio de la Nación es inalienable e*

imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrán realizarse sino mediante concesiones otorgadas por el Ejecutivo Federal..."; asimismo en el artículo 42, Fracción VI, del mismo ordenamiento se establece que es territorio nacional *"el espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional."*⁷⁷

El espacio territorial de la Nación, de acuerdo con la Constitución, es inalienable e imprescriptible, no es objeto de gravámenes o derechos reales y está sujeto exclusivamente a la jurisdicción de la Federación; su uso, aprovechamiento y explotación por los particulares requiere de concesión otorgada por el Ejecutivo Federal.

El espacio territorial y del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, conforme a Ley General de Bienes Nacionales, son bienes del dominio público, patrimonio nacional (artículos 1 y 2), reiterando que dichos bienes son inalienables e imprescriptibles y que no estarán sujetos, mientras no varíe su situación jurídica, a acción reivindicatoria o de posesión definitiva o provisional (artículo 16).

⁷⁷ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada. Procuraduría General de la República-Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, Serie A: Fuentes, b) Textos de Estudios Legislativos. Núm. 59. 5ta. Edición. México, 1994, pp. 124, 126 y 196.

Artículo 4. "La radio y la televisión conatituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social."

Este artículo es de especial importancia ya que establece que la radiodifusión es una actividad de interés público.

Es prudente comentar que esta es la única vía general de comunicación que erróneamente se le da la consideración de actividad de interés público, contraviniendo de esta forma lo establecido en el artículo 7 de la Ley de Vías Generales de Comunicación que a la letra dice: *"Las vías generales de comunicación, los servicios públicos que en ellas se establezcan, los capitales y empréstitos empleados en ellos, las acciones, bonos y obligaciones emitidos por las empresas, no podrán ser objeto de contribuciones de los Estados, Departamento del Distrito Federal o municipios."*

Por lo anterior tenemos que la radio y televisión en realidad son servicios públicos, al igual que las demás vías generales de comunicación.

Cabe señalar que también existe una oposición en la conceptualización del mismo término, toda vez que de acuerdo con el maestro Francisco Porrúa Pérez el interés público es *"el conjunto de condiciones económicas, sociales, culturales, morales y políticas necesarias para que el hombre pueda alcanzar su pleno desarrollo material y espiritual como persona humana, como miembro de familia, de la agrupación profesional, del municipio, del Estado y de la comunidad internacional"*.⁷⁸

La radio y la televisión, como vías generales de comunicación que son, se adecúan al concepto transcrito en el Diccionario Jurídico Mexicano de servicio público: *"Institución jurídico-administrativa en la que el titular es el Estado y cuya única finalidad consiste en satisfacer de una manera regular, continua y uniforme necesidades públicas de carácter esencial, básico o fundamental; se concreta a través de prestaciones individualizadas las cuales podrán ser suministradas directamente por el Estado o por los particulares mediante concesión. Por su naturaleza, estará siempre sujeta a normas y principios de derecho público."*⁷⁹

⁷⁸ Porrúa Pérez, Francisco. Teoría del Estado. Editorial Porrúa, S.A. 6a. Edición. México, 1971, p. 169.

⁷⁹ Diccionario Jurídico Mexicano (I-Z). Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Editorial Porrúa, S.A.- Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1995, p. 2906.

Asimismo, según el punto de vista del maestro Porrúa Pérez la función social del Estado es satisfacer las necesidades de orden y paz; coordinar que es también orden, pero desde este especial punto de vista; y de ayuda, aliento y eventualmente de suplencia de las actividades privadas de todos los individuos y de todos los grupos que lo componen.⁸⁰

La radiodifusión es un servicio público y su finalidad es la de alcanzar un interés público.

ARTÍCULO 5. "La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

⁸⁰ Cfr. Porrúa Pérez, Francisco, Ob. cit. pp. 260 y 261.

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales."

Este apartado tiene su fundamento en el artículo 3o. Constitucional: que textualmente dice: *"Todo individuo tiene derecho a recibir educación. el Estado -Federación, Estados y Municipios- impartirá educación preescolar, primaria y secundaria. La educación primaria y secundaria son obligatorias."* *"La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia..."* Fracción II. *"El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios. Además: a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; b) Será nacional, en*

cuanto - sin hostilidades ni exclusivismos- atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura y c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuando por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, y de sexos o de individuos;..."

Los postulados de este artículo se reiteran en el Considerando II del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión los postulados de este artículo al establecer: "...II. Que el presente ordenamiento reglamenta, en lo que se refiere a la Ley Federal de Radio y Televisión, sólo las atribuciones que dicha ley conceda a la Secretaría de Gobernación, desarrolla en primer término, para los fines de su regulación, los postulados legales que establecen que la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y enaltecimiento a la vida en común orientando estos medios preferentemente a

*la ampliación de la educación popular mediante el fortalecimiento de las funciones informativas, de recreación y de fomento económico;..."*⁸¹

Las Fracciones, del artículo en comento, tiene su apoyo individualizado en otros artículos de la misma Ley o en otras disposiciones, de las cuales se hace mención:

FRACCIÓN I. En el artículo 59-BIS de la Ley: *"La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá: I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez; II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana, III: Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional; IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños V. Proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo en la infancia..."*

FRACCIÓN II. Con los artículos 10, Fracción II, 67, Fracción IV, 68 y 72 de la Ley: artículo 10. *"Compete a la Secretaría de Gobernación: ... II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad*

⁸¹ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXVII, Núm. 24, del 04 de abril de 1973, p. 2.

internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo;..."; artículo 67. "La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:...IV. No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59-bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición."; artículo 68. "Las difusoras comerciales al realizar la publicidad de bebidas, cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular. En la difusión de esta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad; tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público, los productos que se anuncian."; artículo 72. "Para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva."

FRACCIÓN III. Artículos 11, Fracción III, 63, 73 y 91, Fracción IV, de la Ley: artículo 11. "La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones: ...III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión...";

artículo 63. *"Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos."*; artículo 73. *"Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actualización personal deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos."*; 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..."*

FRACCIÓN IV. Artículos 2 y 3 del Reglamento de la Ley: artículo 2. *"En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este Reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico"*; y, artículo 3: *"La radio y la*

televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional."

Las mejores intenciones moralizadoras de los legisladores quedan plasmadas en este apartado al incluir los términos de integración nacional, convivencia humana, moral social, dignidad humana, vínculos familiares, nivel cultural del pueblo, propiedad del idioma, valores de nacionalidad mexicana y convicciones democráticas, mismos que son tan amplios y sus postulantes olvidando manifestar lo que debe entenderse por cada uno de éstos, aunado a que omiten mencionar los términos de la creatividad, la discusión política, el análisis, la reflexión, el comentario, la crítica; dejando a los usuarios de dichos servicios públicos únicamente en calidad de receptores.

Es importante señalar que el termino utilizado 'procurarán' queda limitado, siendo más acorde para un precepto jurídico el de 'deberán', por la obligatoriedad que implica.

ARTÍCULO 6. "En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica."

Este ordenamiento se correlaciona con los artículos 11, Fracción II, 59, 61, 81, 82 y 91, Fracción II, de la Ley: artículo 11, Fracción II, de la Ley establece que *"La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:...II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico"*; 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 61. *"Para los efectos del artículo 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oírá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo."*; artículos 81. *"Las escuelas radiofónicas constituyen un sistema de estaciones emisoras y receptores especiales para los fines de extensión de*

la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación social.”; artículo 82. “La transmisión y la recepción de las escuelas radiofónicas, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual seleccionará al personal especializado, profesores, locutores y técnicos que participen en ese tipo de programas.”; y, artículo 91. “El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las siguientes atribuciones: ...II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;...”

De igual forma se sustenta en los Considerandos IV, XI del Reglamento de la Ley: IV. “Que establecida por la ley la obligación de las estaciones de radio y televisión de transmitir programas de desarrollo social, quedaba pendiente fijar los instrumentos para hacerla efectiva y precisar la Dependencia competente para proporcionar el material, con el objeto de aprovechar un tiempo valioso. Asimismo era urgente regular el compromiso de las estaciones de transmitir 30 minutos diarios, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, garantizándose así, esta importante posibilidad de beneficio social para la comunidad”; y XI. “Que el eficaz desempeño del Consejo Nacional de Radio y Televisión es de gran importancia para impulsar a los medios de comunicación a la superación que se desea; para tal efecto, se le aporta mayor capacidad administrativa y técnica. Se señalan procedimientos

expeditos para que escuchando a los concesionarios, se fijen los horarios del tiempo correspondiente al Estado y se coordine con eficacia y prontitud la producción y los programas; además, con el propósito de que el Consejo pueda cumplir con la atribución de estudio y orientación, se establece la obligación para los concesionarios y permisionarios de hacer una clasificación de su programación, conforme a las categorías que se señalan y con base en ella, deberán remitir al consejo un informe semanal a fin de que éste analice la distribución de las programaciones, cuantitativa y cualitativamente, y proponga las medidas más idóneas que tiendan a corregir las desviaciones en que se hubiere incurrido y así poder establecer en lo futuro una política general más eficaz sobre la materia..."

Es de suponerse que no es necesario realizar una investigación de monitoreo para percatarnos el poco interés que el Estado ha tenido en la promoción de este tipo de programas; esto sin contar la poca eficacia de la Comisión Nacional de Radio y Televisión al efectuar las transmisiones de 30 minutos continuos o discontinuos agregando, en el caso de que ocupe todo ese tiempo, que el horario de transmisión sea el adecuado.

ARTÍCULO 7. "El Estado otorgará facilidades para su operación a las estaciones difusoras que, por su potencia, frecuencia o

ubicación, sean susceptibles de ser captadas en el extranjero, para divulgar las manifestaciones de la cultura mexicana, fomentar las relaciones comerciales del país, intensificar la propaganda turística y transmitir informaciones sobre los acontecimientos de la vida nacional."

Este precepto se respalda en el artículo 75 de la Ley: *"En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional."* *"La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida, ajuicio de la propia Secretaría."*

Esto es aunado a que las disposiciones legales de los países extranjeros, o sus propios intereses, permitan la libre exhibición de los programas de las radiodifusoras nacionales

La cultura mexicana que más se conoce en el extranjero es la que crea, interpreta y difunde Televisa; empresa todavía a la que se le otorgan facilidades para su operación.

ARTÍCULO 8. "Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión."

En este señalamiento se reitera lo establecido en los artículos 1 y 2 de la Ley del ámbito federal de la radio y la televisión.

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.

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."

La fundamentación y sustento de este artículo está contenido en los Párrafos Cuarto y Sexto del artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículo 16 de la Ley General de Bienes de la Nación, mismos que han sido citados al hacer referencia de los artículos 1 y 2 de la Ley.

Asimismo se respalda en los artículos 8, 9, Fracción III, y 48 de la Ley de Vías Generales de Comunicación: artículo 8. *"Para construir, establecer y explotar vías generales de comunicación o cualquier clase de servicios conexos a éstas, será necesario tener concesión o permiso del Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y con sujeción a los preceptos de esta ley y sus reglamentos."*; artículo 9. *"No necesitarán concesión, sino permiso de la Secretaría de Comunicaciones: ... III. Las estaciones radiodifusoras culturales, las de experimentación científica y las de aficionados..."*; y, artículo 48. *"No deberá explotarse una vía general de comunicación, objeto de concesión, o permiso, ni sus servicios conexos, sin que previamente autorice su funcionamiento la Secretaría de comunicaciones de acuerdo con las prevenciones reglamentarias." "Llenados los requisitos exigidos para la explotación, se otorgará desde luego la autorización para su funcionamiento."*

Al determinar la naturaleza de las de estaciones radiodifusoras podemos observar que los legisladores debieron promover y dar facilidades para las denominadas culturales.

Cabe señalar que en este caso al determinar la naturaleza de las estaciones radiodifusoras los legisladores debieron promover y otorgar mayores facilidades a las de carácter cultural y de experimentación científica, así como crear los mecanismos para una eficiente y eficaz vigilancia de las funciones de la Comisión Nacional de Radio y Televisión.

ARTÍCULO 14. "Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera 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 aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios."

En los artículos 12, 18 y 19 de la Ley de Vías Generales de Comunicación se apoya este artículo: artículo 12. "Las concesiones para la construcción, establecimiento o explotación de vías generales de comunicación sólo se otorgarán a ciudadanos mexicanos o a sociedades constituidas conforme a las

leyes del país..."; artículo 18. "En ningún caso se podrá, directamente o indirectamente ceder, hipotecar, ni en manera alguna gravar o enajenar la concesión, los derechos en ella conferidos, la vía, edificios, estaciones, servicios auxiliares, dependencias o accesorios, a ningún gobierno o Estado extranjero, ni admitirlos como socios de la empresa concesionaria." "Cualquier operación que se hiciere contra lo preceptuado en este artículo será nula de pleno derecho."; y artículo 19. "Las acciones, obligaciones o bonos emitidos por las empresas de vías generales de comunicación y medios de transporte que fueren adquiridos por un gobierno o Estado extranjero, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto ni valor alguno para el tenedor de ellos."

La Ley establece en los artículos 17, 22, 23, 24, 25, 27, 31, Fracciones IV, VI y VII, y 33: artículo 17. "Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión cuando el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial..."; artículo 22. "No podrán alterarse las características de la concesión sino por resolución administrativa en los términos de esta ley o en cumplimiento de resoluciones judiciales."; artículo 23. "No se podrá ceder ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ella conferidos, instalaciones, servicios auxiliares,

dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de la empresa concesionaria.”; artículo 24. “Las acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora, que fueren adquiridas por un gobierno o persona extranjeros, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto para el tenedor de ellas y pasarán al dominio de la nación los derechos que representen, sin que proceda indemnización alguna.”; artículo 25. “Los permisos para las estaciones oficiales, culturales y de experimentación para las escuelas radiofónicas, sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos...”; artículo 27. “Para que una concesión pueda ser transmitida por herencia o adjudicación judicial o cualquier otro título, se requerirá que los causahabientes reúnan la calidad de mexicanos.”; artículo 31. “Son causas de revocación de concesiones: ... IV. Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o en fideicomiso o gravar de cualquier modo, íntegra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, el equipo transmisor, o los bienes afectos a su actividad, a Gobierno, empresa o individuo extranjeros, o admitirlos como socios de la negociación concesionaria ... VI. Proporcionar al enemigo, en caso de guerra, bienes o servicios de que se disponga, con motivo de la concesión; VII. Cambiar el concesionario su nacionalidad mexicana o solicitar protección de algún gobierno, empresa o persona extranjeros...”; y, artículo 33. “En los casos de las fracciones IV, VI, y VII del artículo 31, el concesionario perderá la

propiedad de los bienes en favor de la nación. En los demás casos de caducidad y revocación, el concesionario conservará la propiedad de los bienes pero tendrá obligación de levantar las instalaciones en el término que al efecto le señale la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la cual podrá efectuar dicho levantamiento a costa del concesionario, siguiendo el procedimiento administrativo establecido en el Código Fiscal de la Federación."

Asimismo, en el Considerando IV del Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de Radio y Televisión dice: *"Que de acuerdo a lo establecido por la Ley Federal de Radio y Televisión, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga concesiones a los particulares para la prestación de este servicio de interés público, reservándose las facultades de vigilancia y supervisión de los aspectos técnicos, administrativos, de programación y, en general, las necesarias para garantizar la positiva contribución que la radiodifusión debe prestar en beneficio colectivo."*⁸²

Se entiende que los legisladores en este artículo intentaron proteger los intereses nacionales, sin embargo resulta contradictorio en virtud de que la

⁸² Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXCV, Núm. 1, del 01 de julio de 1969, p. 23.

radio y la televisión, aun siendo concesionadas solo a personas físicas o morales mexicanas, son los que más han ayudado a fomentar la falta de compromiso, el egoísmo, la ambición desmedida, la violencia y la introducción de una cultura muy distinta a las necesidades de nuestro país.

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."

El artículo 3 Transitorio de la Ley señala: *"Las concesiones y permisos otorgados al entrar en vigor esta ley, conservarán su vigencia y se ajustarán a la misma en todo lo no previsto en dichas concesiones y permisos."*

Se considera que es mucho el tiempo que se otorga a los concesionarios y que existen vacíos normativos ya que no se establece requisito alguno para su refrendo.

La Ley Federal de Radio y Televisión data de un poco más de 40 años, y que la concesión se pueda otorgar hasta por 30 años, significa que los beneficiarios de la concesión que se acogieron a este artículo podrían seguir explotando

dichos medios de comunicación hasta el año 2020, esto sin contar la omisión de señalar los requisitos necesarios para su refrendo.

ARTÍCULO 29. "Son nulas las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones de esta ley y sus reglamentos."

Este artículo tiene su soporte en los artículos 8 y 14, descritos con anterioridad, 15, 16 y 17 de la Ley de Vías Generales de Comunicación que sientan las bases del trámite para el otorgamiento de la concesión o permiso.

En relación con Ley, se respalda en los artículos 17, del cual ya se hizo mención, 18, 19, 20, que establecen lo relativo al depósito y otorgamiento de la fianza, y el 35 que a la letra dice: *"La caducidad y la revocación, serán declaradas administrativamente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, conforme al procedimiento siguiente: I. Se hará saber al concesionario los motivos de caducidad o revocación que concurran, y se le concederá un plazo de treinta días para que presente sus defensas y sus pruebas; y, II. Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Secretaría dictará su*

resolución declarando la procedencia o improcedencia de la caducidad o de la revocación, salvo cuando medie caso fortuito o fuerza mayor." "En los casos de nulidad se observará el procedimiento anterior para declararla."

Este artículo de antemano carece de sentido, ya que si desde el momento de solicitar la concesión o el permiso no se cuenta con todos y cada uno de los requisitos no debe otorgarse.

ARTÍCULO 30. "Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducarán por las causas siguientes:

I.- No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen;

II.- No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada; y,

III.- No otorgar la garantía a que se refiere el artículo 99 de esta Ley."

Este artículo se relaciona con el artículo 29 Fracciones III, IV, V, VI, VIII y XIII de la Ley de Vías Generales de Comunicación, artículo 29. "Las concesiones caducarán por cualquiera de las causas siguientes: ... III. Porque se interrumpa el servicio público prestado en todo o en parte importante, sin causa justificada a juicio de la Secretaría de Comunicaciones, o sin previa autorización de la misma; IV. Porque se enajenen la concesión o alguno de los derechos en ella contenidos, o los bienes afectos al servicio de que se trate, sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones; V. Porque se ceda, hipoteque, enajene, o de cualquier manera se grave la concesión, o algunos de los derechos en ella establecidos, o los bienes afectos al servicio público de que se trate, a algún gobierno o Estado extranjero, o porque se les admita como socios en la empresa concesionaria; VI. Porque se proporcione al enemigo, en caso de guerra internacional, cualquiera de los elementos de que disponga el concesionario con motivo de su concesión; ... VIII. Porque se modifiquen o alteren substancialmente la naturaleza o condiciones en que opere el servicio, el trazo o la ruta de la vía, o los circuitos de las instalaciones, o su ubicación, sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones; ... XIII. Por los motivos de caducidad estipulados en las concesiones respectivas."

Los artículos 18, 19, 20, de la Ley establecen lo relativo al depósito y otorgamiento de la fianza; los artículos 32, 38 y 39 hablan de la revocación o

caducidad de la concesión; y por lo que respecta al artículo 33 ya fue citado anteriormente.

Es necesario aclarar que resulta difícil que se llegue a presentar la caducidad, siendo condiciones fácilmente previstas por los beneficiados de la concesión, agregando que en los casos de las Fracciones I y II todavía se puede interponer una "causa justificada".

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 términos de la Constitución y de la leyes."

Tiene su fundamento en los artículos 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: artículo 6. "*Las manifestaciones de las ideas no serán objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público, el derecho a la información será garantizado por el Estado*"; y, artículo 7. "*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 coartar 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." "Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos."

Asimismo se respalda en los artículos 63, del cual ya se hizo referencia, 64, 67, Fracción IV, y 78 de la Ley: artículo 64. *"No se podrán transmitir: I. Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público; II. Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario, con la citada Secretaría."*; artículo 67. *"La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases: ... IV. No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59-bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición."*; y, artículo 78. *"En las informaciones radiofónicas, deberán*

expresarse la fuente de la información y el nombre del locutor, y se evitará causar alarma o pánico en el público."

El texto de este artículo nos haría pensar que en el rubro de radio y televisión vivimos en una plena democracia y libertad, siendo el ejemplo a seguir de otras naciones, pero si tomamos en cuenta que los concesionarios de estos medios de comunicación son grandes consorcios que dominan en su mayoría los citados medios y que actúan conforme a convenios que efectúan con otros consorcios extranjeros encontramos que los consorcios nacionales interpretan la libertad de expresión conforme a sus intereses.

Aunado a que con el pretexto de ejercer los derechos establecidos en este artículo los consorcios nacionales tienden a presentar los estereotipos a seguir al pueblo mexicano.

ARTÍCULO 65. "La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrán hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.

En el caso de programas para niños deberá cumplirse con lo establecido en el artículo 59-bis de esta Ley."

Este artículo se apoya en el Considerando V del Reglamento de la Ley, que establece *"Que la transmisión directa de programas del extranjero, contemplada por la Ley Federal de Radio y Televisión, demanda también de un tratamiento reglamentario que fie los procedimientos para recabar autorizaciones, plazos, documentación y derechos de exclusividad a fin de dotar a estos eventos de seguridad jurídica y practicabilidad en interés de patrocinadores, estaciones y público en general. Al mismo tiempo se desarrollan los requisitos necesarios para la autorización de transmisiones de lenguas distintas a la nacional."*⁶³

Si los programas desarrollados en el extranjero, que se transmiten por la radio y la televisión cuentan con autorización por parte de la Secretaría de Gobernación cabría cuestionarnos si la finalidad de Gobernación es la misma de la Ley en comento y su Reglamento.

⁶³ Diario Oficial del 04 de abril de 1973. Ob. cit. p. 2.

ARTÍCULO 67. "La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I.- Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;

II.- No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

IV.- No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 69-bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición."

Este artículo se correlaciona con los Considerandos VII, VIII, IX y X de su Reglamento, en los cuales se manifiesta: VII. "Que el artículo 72 de la Ley

Federal de Radio y Televisión vinculado con la Ley de Cinematografía establece que la transmisión de programas y publicidad impropios para espectadores de determinadas edades deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciarse la transmisión respectiva. Este precepto reviste una importancia capital. Tomando en consideración que la televisión penetra indiscriminadamente a la intimidad del hogar, establece este requisito con el propósito de crear una corresponsabilidad del Estado y los padres de familia. Para tal fin, se requiere desarrollar con todo detalle el mecanismo que garantice la protección que se busca para el niño y adolescente. La Dirección General de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación autorizará las películas cinematográficas, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados con una clasificación que determine con base en su contenido, si son aptos para niños, adolescentes, adultos o para todo tipo de público. Al exigirse el anuncio previo de dicha clasificación se busca auxiliar eficientemente a los padres de familia para que estén en posibilidad de vigilar que los menores no reciban influencia nociva de producciones inadecuadas para su formación"; Considerando VIII. "Que la Ley Federal de Radio y Televisión estatuye en forma inequívoca que la propaganda que se trasmite deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación. Esta disposición es perfectamente congruente con el objetivo que la sociedad confiere a los medios de comunicación y su penetración en la conciencia de la comunidad. Si los fines de transmisión deben ser de beneficio general, es

preciso limitar el aspecto comercial para evitar que su abuso desvirtúe o degrade. "Se hace necesario reglamentar esta disposición legal de tal manera que el anuncio no rompa con la continuidad natural, narrativa o dramática de las emisiones. No es posible transmitir cultura, información o esparcimiento con interrupciones enervantes, disipadoras o desnaturalizadoras." "Con este propósito de equilibrio establecido en la Ley, se reglamenta la relación entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación." "Tanto para radio como para televisión, se establece un máximo del tiempo destinado a propaganda comercial en el total de transmisión de cada estación. Además, se determina detalladamente el número de veces que pueden interrumpirse los programas." "En televisión se restringen particularmente los cortes de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas, teleteatros grabados y todas aquellas transmisiones cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural, narrativa o dramática. En estos casos las interrupciones no podrán ser más de cinco por cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida, y cada interrupción no podrá exceder de un minuto y medio de duración.";

Considerando IX. "Que con fundamento en la Ley de Radio y Televisión se restringe la publicidad de las bebidas alcohólicas. Además de recalcarse que debe estar desprovista de exageración, combinarse dentro del texto o alterarse con propaganda de educación higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular; abstenerse de utilizar menores y no ser ingeridas real o aparentemente frente al público; se prohíbe su exhibición antes de las 22

horas." y, Considerando X. "Que conforme a lo preceptuado en la Ley de Radio y Televisión y con el objeto señalado de evitar influencias nocivas al desarrollo armónico de la niñez, se prohíbe hacer propaganda al tabaco en el horario destinado a niños."

La aplicación de este artículo deja mucho que desear, porque: no existe un equilibrio entre el anuncio comercial y la programación; se da publicidad a centros de vicio, primordialmente en la radio; la propaganda y los anuncios son exagerados y falsean en cuanto a sus usos, aplicaciones o propiedades; y, suelen incitar a la violencia y distorsionan los hábitos de la buena nutrición. Cuestionándonos cuales son las causas por las que las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Gobernación, Educación Pública y Salud no aplican sus facultades.

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 Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores."

Este ordenamiento se relaciona con los artículos 91 y 92 de la Ley; artículo 91:

"El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las siguientes atribuciones: I.

Coordinar las actividades a que se refiere esta ley; II. Promover y organizar las

emisiones que ordene el Ejecutivo Federal; III. Servir de órgano de consulta del

Ejecutivo Federal; IV. Elevar el nivel moral, cultural artístico y social de las

transmisiones; V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y

opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones,

organismo o personas relacionadas con la radio y televisión; VI. Todas las

demás que establezcan las leyes y sus reglamentos." y, artículo 92. "El

Consejo celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su

reglamento. El Presidente tendrá voto de calidad."

Lo establecido en este artículo se contempla en el Considerando XI del Reglamento, mismo que ya fue citado en el comentario al artículo 6 de la Ley.

Se observa que el Consejo Nacional de Radio y Televisión no cumple con el objetivo de su creación, ya que no existe una coordinación de actividades de la Ley; si alguna vez el Gobierno Federal ha consultado a este organismo no se han visto los resultados; adicionalmente no se ha definido lo que debe entenderse por elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones.

ARTÍCULO 93. "La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para cumplir con las funciones y atribuciones que esta ley le señala, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes."

Este precepto se sustenta en los artículos 3, Fracciones II, XI, XII y XIII, 117 y 121 de la Ley de Vías Generales de Comunicación: artículo 3. "*Las vías generales de comunicación y los medios de transporte que operen 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 que otros ordenamientos legales concedan a otras dependencias del Ejecutivo Federal: ... II: Inspección y vigilancia; ... XI. La vigilancia de los derechos de la nación, respecto a la situación jurídica de los bienes sujetos a revisión en los términos de esta ley o de las concesiones respectivas; XII. Infracciones a esta ley o a sus reglamentos; y, XIII. Toda cuestión de carácter administrativo relacionada con las vías generales de comunicación y medios de transporte...*"; artículo 117. "*Compete al Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la inspección permanente, tanto técnica como administrativa, sobre las vías generales de comunicación y medios de transporte, la que*

llevará a cabo por sí o bien por conducto del organismo descentralizado correspondiente."; y, artículo 121. *"Las empresas de vías generales de comunicación están obligadas igualmente a proporcionar a los inspectores de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes debidamente acreditados, todos los informes o datos que sean necesarios para llenar su cometido; a mostrarles planos, expedientes, estudios, guías, libros de actas, de contabilidad, auxiliares y todos los documentos concernientes a la situación material, económica y financiera de esas empresas, sin limitación ni restricción alguna así como a darles acceso a sus oficinas, almacenes, bodegas, talleres y demás dependencias. Todos los datos que los inspectores obtengan serán estrictamente confidenciales y sólo los darán a conocer a la propia Secretaría de Comunicaciones."*

Se relaciona con los artículos 49, 95, 98, 99 y 100 de la Ley que establece:
artículo 49. *"El funcionamiento técnico de las estaciones de radio y televisión deberá reunir las condiciones señaladas en las disposiciones que dicte la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de acuerdo con las normas de ingeniería reconocidas."*; artículo 95. *"Las visitas de inspección se practicarán en presencia del permisionario o concesionario o de alguno de sus empleados, dentro de las horas de funcionamiento de la estación."*; artículo 98. *"Las visitas se practicarán o se suspenderán mediante la orden expresa de la Secretaría facultada para la inspección."*; artículo 99. *"La inspección y vigilancia la cubrirán*

las Secretaría de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación, con personal a su cargo.”; y, artículo 100. “Los datos que el personal de inspección obtenga durante o con motivo de su visita tendrán el carácter de confidenciales y sólo se comunicarán a la Secretaría que haya ordenado la práctica de esa diligencia o al Consejo Nacional de Radio y Televisión, para los efectos legales correspondientes.”

En relación a este artículo se establece que las inspecciones a las estaciones de radio y televisión pueden ser técnicas y en cuanto a sus emisiones, primordialmente pueden ser practicadas por las Secretarías de Gobernación y la de Comunicaciones y Transportes, los resultados de las mismas son de carácter confidencial.

Considerando que la radio y la televisión son servicios públicos, como se fundamentó anteriormente y que el concesionario está manejando un bien patrimonio de la Nación, no tiene sentido que los resultados de la inspección tengan un carácter confidencial.

ARTÍCULO 97. “El concesionario o permisionario está obligado a atender las observaciones que por escrito le haga la

Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se ajustaren a la presente ley y su reglamento."

Como ya se mencionó existen conceptos muy generales expresados en la Ley y su Reglamento, y si se faculta a la Secretaría de Gobernación a enjuiciar si las transmisiones realizadas por un concesionario o permisionario están o no ajustadas a las dos disposiciones legales, surge la posibilidad que en un mismo caso no se aplique el mismo criterio y a su vez sea juez y parte.

Por otra parte no hay que olvidar que se contradice lo establecido en el artículo 16 Constitucional: *"Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento..."*.

En los artículos 9, 10, 11 y 12 establece las facultades que corresponden a las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, de Gobernación, de Educación Pública y de Salubridad, respectivamente, mismo tema que abordaremos en el punto 3 de este Capítulo, Su relación con otras disposiciones legales.

II.2. Su Reglamento

El Reglamento, tiene una estructura similar a la Ley Federal de Radio y Televisión, dividiéndose sus Títulos de la forma siguiente:

TÍTULO PRIMERO

Generalidades

CAPÍTULO ÚNICO

(artículos 01 al 07)

TÍTULO SEGUNDO

Competencia

CAPÍTULO ÚNICO

(artículos 08 al 11)

TÍTULO TERCERO

Programación

CAPÍTULO PRIMERO. Tiempo del Estado.

CAPÍTULO SEGUNDO. Programas transmitidos directamente desde el extranjero.

CAPÍTULO TERCERO. Concursos y sorteos.

CAPÍTULO CUARTO. Transmisiones en otros idiomas.

CAPÍTULO QUINTO. Clasificación de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados.

CAPÍTULO SEXTO. Películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros.

(artículos 12 al 39)

TÍTULO CUARTO

Registro público de concesionarios o permisionarios de televisión.

CAPÍTULO ÚNICO

(artículo 40)

TÍTULO QUINTO

Propaganda Comercial

CAPÍTULO ÚNICO

(artículos 41 al 48)

TÍTULO SEXTO

Consejo Nacional de Radio y Televisión

CAPÍTULO ÚNICO

(artículos 49 al 54)

TÍTULO SÉPTIMO

Sanciones

CAPÍTULO ÚNICO

(artículos 55 al 58)

Los artículos del Reglamento que tienen un contenido social, de interés para la presente investigación, en su mayoría ya fueron comentados por su relación con la Ley; sin embargo a continuación se harán breves anotaciones sobre algunos de estos, ya que se consideran de importancia por su contenido.

ARTÍCULO 1. "La radio y la televisión, constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado, en los términos de la Ley de la materia y de este Reglamento, protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales."

Respalda el contenido del artículo 4 de la Ley respecto del interés público y la función social del Estado, conceptos ya tratados.

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

ARTÍCULO 2. "En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este Reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico."

Apoya al artículo 5 de la Ley en las ideas de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común, ya tratadas en el Capítulo anterior.

ARTÍCULO 3. "La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extenalón de los conocimientos y la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional."

Este señalamiento se fundamenta en el artículo 3 de la Constitución Política y en los Considerandos II, IV y XI de este Reglamento, asimismo sustenta lo

establecido en los artículos 5, 6 y 7 de la Ley en relación a los términos de educación popular y unidad nacional, mismos que ya fueron citados.

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 terceros, ni perturbar el orden y la paz pública."

Este postulado se fundamenta en los artículos 6 y 7 de la Constitución Política, así como en los artículos 64, ya comentado en relación al 58 de la Ley, y el 77 de la Ley que dice: *"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."*

ARTÍCULO 5. "Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces,

frases y escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio."

Este artículo tiene su sustento en los artículos 59-bis y 63, ambos ya comentados, reiterando que de hecho, en la actualidad a éste no se le da cumplimiento.

ARTÍCULO 6. "La programación de las estaciones de radio y televisión deberá contribuir al desarrollo económico del país, a la distribución equitativa del ingreso, y al fortalecimiento de su mercado."

Reitera la finalidad de desarrollo económico del país.

ARTÍCULO 7. "La radio y la televisión en su propaganda comercial, deberá estimular el consumo de bienes y servicios preferentemente de origen nacional, tomará en cuenta la situación económica del país e fin de restringir, en cada caso, la publicidad de artículos suntuarios, y propiciará la elevación del

nivel de vida del auditorio por medio de una adecuada orientación en la planeación del gasto familiar."

Artículo al que no se le da cumplimiento, se encuentra relacionado con el 67 de la Ley que dice *"La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases: I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación; II No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza; III. No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades; IV. No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59-bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición."*

La finalidad de este artículo no es equívoca, el único defecto que tiene es que no se aplica.

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."

ARTÍCULO 13. "Los concesionarios o permisionarios de estaciones de radio y televisión, están obligados a conservar la misma calidad de transmisión que la utilizada en su programación normal, en el tiempo de que dispone el Estado."

Los artículos 12 y 13 se apoyan en los artículos 6 y 59 de la Ley y por los Considerandos Cuarto y Undécimo de este Reglamento.

Son demasiado benévolos con los empresarios estos artículos, tomando en cuenta que la mayoría de las estaciones transmiten las 24 horas del día, esto es que los 30 minutos a que se hace referencia equivaldría al 2.08% de la totalidad de la programación, siendo que todavía ese tiempo se puede dividir en fracciones de 5 minutos, sin importar si el horario es de mayor o menor audiencia, estableciendo como única obligación el conservar la misma calidad de transmisión.

ARTÍCULO 20. "La Dirección General de Información autorizará los programas de concurso siempre y cuando se destinen a premiar la habilidad o los conocimientos de los participantes, no sean lesivos para su dignidad personal y procuren la elevación de sus niveles culturales."

Ratifica lo establecido en el artículo 71 de la Ley que a la letra establece: "*Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.*"

Los programas de concurso que en la actualidad se exhiben son lesivos para la dignidad humana y no procuran la elevación de sus niveles culturales, lo que deja ver que por parte de las autoridades correspondientes no se procura el cumplimiento de esta disposición.

ARTÍCULO. 36. "Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas,

anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión lo siguiente:

I. Efectuar transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz o al orden público;

II. Todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas, así como lo que, directa o indirectamente discrimine cualesquiera razas;

III. Hacer apología de la violencia del crimen o de vicios;

IV. Realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante palabras, actitudes o imágenes obscenas, frases o escenas de doble sentido, sonidos ofensivos, gestos y actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad.

V. La emisión de textos de anuncios o propaganda comercial que requiriendo la previa autorización oficial, no cuenten con ella;

VI. Alterar substancialmente los textos de boletines, informaciones o programas que se proporcionen a las estaciones para su transmisión con carácter oficial;

VII. Presentar escenas, imágenes o sonidos que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas.

VIII. Transmitir informaciones que causen alarma o pánico en el público."

Los artículos 37, 38 y 39 de este Reglamento conceptualizan que debe entenderse por apología de la violencia, el crimen o los vicios, corromper el lenguaje y que es lo que se considera contrario a las buenas costumbres: artículo 37. *"Se considera que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos: I. Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores; II. Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen*

los vicios; III. Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.”; artículo 38. “Se considera que se corrompe el lenguaje en los siguientes casos: I. Cuando las palabras utilizadas por su origen o por su uso no sean administradas dentro del consenso general como apropiadas; y II. Cuando se deformen las frases o palabras, o se utilicen vocablos extranjeros.”; y, artículo 39. “Se consideran contrarias a las buenas costumbres: I. El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o excite a la prostitución o la práctica de actos licenciosos; y II. La justificación de la relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo.”

Este artículo respalda lo ya establecido por los artículos 60, 63, 64, 71, 75, 78 de la Ley, que en su momento ya fueron mencionados, encontrando que en lo general no se cumple con este postulado y especialmente las Fracciones III, IV, VI, VII y VIII.

Asimismo se relaciona con el artículo 65 de la Ley al establecer que “La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente

podrán hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.”, y el 17 de este Reglamento asienta: *“Hasta que no sea aprobada la solicitud de autorización no podrá hacerse publicidad a la transmisión.”*

Cual es el objetivo de la Secretaría de Gobernación al autorizar la retransmisión de dichos programas, existe una finalidad distinta entre ésta y la perseguida por la Ley y el Reglamento.

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

Reitera lo ya establecido por la Fracción I del artículo 67 de la Ley, ya citado.

ARTÍCULO 42. “El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece en los siguientes términos:

I. En estaciones de televisión:

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

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

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

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

II. En estaciones de radio:

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

b). La distribución de propaganda comercial dentro de los programas deberá sujetarse a las siguientes reglas:

Primera: Cuando se trate de radionovelas, eventos deportivos, comentarios informativos y todas aquellas transmisiones cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural, dramática o narrativa, las interrupciones no podrán ser más de doce por

cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida, y cada interrupción no excederá de un minuto y medio de duración.

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

Lo manifestado en este artículo queda en buenos propósitos.

Este es otro de los artículos que no se cumplen y más cuando se trata de horario donde los espectadores tienden a un mayor uso del servicio de la radio y la televisión.

En este artículo existe un punto a destacar que es la división hecha entre la radio y la televisión, siendo que no es lo mismo a que se reciba únicamente un sonido a que se reciba sonido e imagen a la vez.

ARTÍCULO 44. "Los comerciales filmados o aprobados para la televisión, nacionales o extranjeros, deberán ser aptos para todo público."

Este artículo nos haría suponer que todos los comerciales proyectados en la televisión deben ser aptos para niños, adolescentes y adultos, sin embargo los comerciales que anuncian bebidas alcohólicas y cigarros, por mencionar los más comunes, se consideran aptos para niños, adolescentes y adultos.

ARTÍCULO 45. "La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:

I. Abstenerse de toda exageración;

II. Combinarse dentro del texto o alternarse con propaganda de educación higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular;

y

III. Hacerse a partir de las 22 horas de acuerdo con la fracción II del Artículo 23.

En el anuncio de bebidas alcohólicas queda prohibido el empleo de menores de edad. Asimismo, queda prohibido en la publicidad de dichas bebidas, que se ingieran real o aparentemente frente al público."

Si algo tienen los comerciales de bebidas alcohólicas es su relación exagerada que se hace al sexo, poder, dinero, posesiones, llámese autos, casas o vestimenta.

Después de haber saturado al telespectador o radioescucha con sonidos y/o imágenes exageradas, lo último que toma en cuenta, en caso de hacerlo, es leer el letrero de "come frutas y verduras".

ARTÍCULO 46. "No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para niños."

En el remoto caso de que el artículo se cumpliera, este señalamiento implicaría que en el horario de adolescentes sí podrá hacerse propaganda comercial al tabaco.

ARTÍCULO 47. "Queda prohibida toda publicidad referente a:

I. Cantinas; y

II. La publicidad que ofenda a la moral, el pudor y las buenas costumbres, por las características del producto que se pretenda anunciar."

En lo particular no se recuerda la transmisión de publicidad en televisión de cantinas, pero por lo que respecta a la radio se ha promovido la asistencia a las mismas.

Se estima conveniente que en la Fracción II se debería conceptualizar lo que debe entenderse por ofender a la moral, el pudor y las buenas costumbres.

ARTÍCULO 48. "Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares."

No se tienen registros si alguna vez los beneficiarios de la concesión se apegaron a este artículo, ya que en la actualidad no es aplicable.

ARTÍCULO 49. "El Consejo Nacional de Radio y Televisión, contará de manera permanente, con un secretario electo entre los representantes a propuesta del Presidente; y un representante más de los trabajadores."

En el artículo 51 del mismo Reglamento asienta todas las facultades del Consejo que a la letra dice: *"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: 1. Clasificar su programación en las categorías siguientes: a). -Noticieros.- Informes sobre sucesos locales nacionales e internacionales; reportes meteorológicos, actos cívicos y sociales; comentario y análisis. b). -Deportes.- Presentación de juegos y eventos locales, nacionales e internacionales; organización deportiva; oportunidades para la práctica del deporte; instrucciones deportivas; noticias, comentarios y análisis. c). -Entretenimiento.- Los programas destinados a este fin: música, drama, variedades, comedia, telenovelas, concursos. d). -Cuestiones económicas y sociales.- Informes sobre producción nacional industrial, agrícola y minera; importaciones y exportaciones; movimiento de precios; desarrollo comercial e industrial;*

seguridad social; ferrocarriles y comunicaciones; desarrollo de las ciudades; comentarios y análisis. e). -Actividades de naturaleza política.- Informes sobre nuevas leyes; actividades del Ejecutivo y del Congreso; informes de partidos políticos; elecciones en la República: charlas, comentarios, discusiones, discursos; opinión de la prensa, editoriales, mesas redondas. f). -Programas culturales.- Para la comprensión y entendimiento de la literatura, música, bellas artes, historia, geografía, ciencias sociales y naturales, tanto nacionales como extranjeras; programas preparados por o con la cooperación de Universidades, museos, bibliotecas y otras instituciones de cultura; conferencias y conciertos: orientación profesional y vocacional; noticias sobre libros, exposiciones y conciertos; comentarios y análisis. 2. Remitir semanalmente al Consejo, en las formas que éste apruebe, un informe sobre su programación. Con vista en dicho informe, este organismo estudiará y propondrá las medidas más eficaces a fin de corregir las desviaciones en que hubieren incurrido. II. Llevar a cabo otras medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de las disposiciones de la Ley de la materia: III. Otorgar, en su caso premios en efectivo, trofeos, diplomas, menciones o cualquier otro tipo de reconocimiento a las producciones para radio y televisión y a todas aquellas personas que hayan intervenido en su realización a nivel creativo; IV. Organizar festivales sobre los diferentes géneros de programas y de comerciales publicitarios para la televisión; V. Recomendar las medidas tendientes al buen funcionamiento de

las estaciones de radio y televisión; y VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos."

Las atribuciones o facultades del Consejo Nacional de Radio y Televisión son tan amplias y tan llenas de buenas intenciones desconociéndose el objetivo que se persigue al no aplicarlas.

II.3. Su relación con otras disposiciones legales

En este punto se indicará las disposiciones legales que se relacionan con la Ley Federal de Radio y Televisión, haciendo un pequeño comentario sobre las mismas.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Es necesario aclarar que más que relación con la Constitución es la base de nuestro régimen legal, citaremos nuevamente los artículos 3, sustento del

artículo 5 de la Ley en los términos generales de: democrático, nacional, acrecentamiento de la cultura, convivencia humana, dignidad de la persona, integridad de la familia y otros conceptos; 6 y 7 que es el respaldo del artículo 58 de la Ley, estableciendo el derecho de información, de expresión y de recepción; 25, Párrafos Cuarto "El sector público tendrá a su cargo, de manera exclusiva, las áreas estratégicas que se señalen en el artículo 28, párrafo cuarto de la Constitución, manteniendo siempre el Gobierno Federal la propiedad y el control sobre los organismos que en su caso se establezcan" y Quinto "Asimismo, podrá participar por sí o con los sectores social y privado, de acuerdo con la ley, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del desarrollo", en relación con el 28, Párrafo Cuarto "No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las áreas estratégicas a las que se refiere este precepto: correos; telégrafos; radiotelegrafía y la comunicación vía satélite...; y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el Congreso de la Unión", de la misma Constitución; 27, Párrafos Cuarto y Sexto principio de los artículos 1, 2 y 8 de la Ley, refiere el dominio directo del Estado del espacio territorial mismo que es inalienable e imprescriptible y la jurisdicción federal de la radio y la televisión.

Conforme al artículo 25 Constitucional al sector público se le encomienda de manera exclusiva el manejo de las que la misma Carta Magna denomina áreas

estratégicas, que se especifican en el artículo 28, Párrafo IV, de la propia Constitución. Por áreas estratégicas se entienden las actividades económicas que representan particular importancia para el desarrollo nacional, por tratarse de la producción de bienes o servicios que constituyen el fundamento de otras actividades derivadas de ellas, como lo son los medios de comunicación. En este caso se prevé que el gobierno federal mantendrá siempre la propiedad y el control sobre los organismos que realicen actividades en esta materia. El precisar que no solamente la propiedad, sino también el control de dichos organismo, corresponde al gobierno federal, debería permitir garantizar que la toma de decisiones necesarias se realice por medios públicos, lo que no resulta en la práctica de esta manera, ya que de hecho el proceso decisorio está en manos de los concesionarios y permisionarios.

Los artículos 9, 10, 11 y 12 de la Ley citan las facultades de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Gobernación, Educación Pública y Salud, respectivamente, resultando de las mismas su relación con el Reglamento Interior de cada una de las Entidades citadas y a su vez con otras disposiciones legales que a continuación se desglosará:

ARTÍCULO 9. "A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes corresponde:

I.- Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva;

II.- Declarar el abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlos en los casos previstos en esta Ley.

III.- Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios;

IV.- Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales;

V.- Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras;

VI.- Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones, y

VII.- Las demás facultades que le confieren las leyes."

Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Del Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes son los artículos 24, Fracciones I, II, III, IV, X y XII, y 25, Fracciones I, IV y VI los que se relacionan con la Ley, artículo 24. *“Corresponde a la Dirección General de Sistemas de Difusión: I. Aplicar y vigilar el cumplimiento de políticas para el establecimiento de las estaciones de radio y televisión, así como de los sistemas de televisión por cable, televisión restringida y demás servicios similares que permita la tecnología, conforme a las disposiciones legales y a lo establecido en las concesiones, permisos y contratos otorgados; II. Apoyar a la Dirección General de Política de Telecomunicaciones y Negociaciones Internacionales en la realización de los estudios y análisis relativos al desarrollo de la radio y televisión, de televisión por cable, de televisión restringida y otros servicios de la misma naturaleza que resulten de nuevas tecnologías, así como su racional aprovechamiento; III. Fijar las características a que deban sujetarse los sistemas de radio, televisión, televisión por cable y televisión restringida, así como los equipos, aparatos o dispositivos que se utilicen en dichos sistemas; IV. Adoptar, en el ámbito de su competencia, las medidas necesarias para prevenir incumplimientos de las disposiciones legales, técnicas y administrativas y, en su caso, apercibir a los infractores, así como imponer,*

reducir y cancelar sanciones y efectuar notificaciones; ... X. Tramitar las declaratorias de rescate, requisa, caducidad, revocación y abandono de trámite, relativas a los servicios de radio y televisión, televisión por cable, televisión restringida y demás servicios similares que permita la tecnología; ... XII: Realizar los estudios técnicos y económicos para proponer en coordinación con las unidades administrativas responsables, los derechos, productos y aprovechamientos aplicables a los servicios de radio, televisión, televisión por cable, televisión restringida y aquellos otros que sobre esta materia propicien los avances tecnológicos..."; y, artículo 25. "Corresponde a la Dirección General de Política de Telecomunicaciones y Negociaciones Internacionales: I. Formular y proponer las políticas para el establecimiento, uso y aprovechamiento de los servicios de telecomunicaciones, radio y televisión, así como sistemas de televisión por cable, televisión restringida y demás servicios que la tecnología permita; ... IV. Realizar junto con las unidades administrativas involucradas, estudios y análisis relativos al desarrollo de los servicios de telefonía, radiocomunicación, radio y televisión, de televisión por cable, de televisión restringida y otros servicios de la misma naturaleza que resulten de nuevas tecnologías, así como su racional aprovechamiento; ... VI. Tramitar las solicitudes de concesión, permisos y autorizaciones para la instalación, operación y explotación de servicios y sistemas de telecomunicaciones, radio,

televisión, televisión por cable y televisión restringida y de aquellos otros servicios que sobre esta materia propicie la tecnología;...²⁴

Asimismo, se relaciona con la Ley de Vías Generales de Comunicación, misma que ya fue citada.

Por principio, como se asentó en el Capítulo Primero, la radio y la televisión fueron reguladas por los ministerios que antecedieron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, siendo la encargada de otorgar las concesiones o permisos, así como revocarlos y declarar la nulidad o caducidad de los mismos, autorizando y vigilando técnicamente su funcionamiento y operación.

En el Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes se maneja a la radio y a la televisión como otra vía general de comunicación no dando un trato especial a estos medios, recordando que al promulgarse la Ley Federal de Radio y Televisión el Capítulo de la Ley de Vías Generales de Comunicación que se refería a estos medios quedó derogado.

²⁴ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo DI. Núm. 16, del 21 de junio de 1995, pp. de la 31 a la 34.

ARTÍCULO 10. "Compete a la Secretaría de Gobernación.

I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respecto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;

II.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.

III.- Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal;

IV.- Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el artículo 59 de esta ley;

V.- Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta ley, y

VI.- Las demás facultades que le confieren las leyes."

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación

En el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación el artículo 11, Fracciones I, V, VI, XI, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XXIII, XXVI, XXVII, XXVIII y XXXIV, se relaciona con la Ley, 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; ... V. Promover, con la intervención que corresponda a otras Dependencias, la producción de radio, televisión y cinematografía para contribuir al fortalecimiento de la integración y descentralización nacionales; VI. Regular la producción, coproducción, distribución, exhibición y transmisión de materiales de radio, televisión y cinematografía; ... XI. Otorgar autorización de los argumentos y guiones para la radio, televisión y la cinematografía y para la publicidad grabada o filmada, destinada a su transmisión o exhibición; ... XV. 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; 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; XVII. Intervenir, previo acuerdo del Secretario, con la participación que corresponda a otras dependencias, en la celebración de contratos y convenios nacionales e internacionales en materia de radio, televisión, cinematografía y comunicación social; XVIII. Vigilar con la participación que corresponda a otras dependencias, que la transmisión de programas de radio y televisión y las exhibiciones cinematográficas con fines educativos y culturales se apege a los criterios que establezcan las disposiciones legales y reglamentarias; XIX. Autorizar la retransmisión de programas para radio y televisión producidos en el extranjero y el material radifónico y de televisión que se utilice en los programas patrocinados por un gobierno extranjero o un organismo internacional, en los términos de los convenios internacionales suscritos por el Gobierno Federal; ... XXIII. Promover lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión; ... XXVI. Colaborar con la Comisión Federal Electoral y la Comisión de Radiodifusión para transmitir los programas de los partidos políticos por radio y televisión, según lo dispuesto por el Código Federal Electoral, sus disposiciones

*reglamentarias y demás normas aplicables; XXVII. Realizar los estudios, investigaciones, análisis y evaluaciones necesarias para conocer oportunamente los efectos de las transmisiones de radio y televisión y de las exhibiciones cinematográficas sobre las actividades del Gobierno Federal y, en su caso, proponer las medidas que deban adoptarse; XXVIII. Emitir opinión, previa al trámite que deba dar la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, sobre las solicitudes de concesión o permiso para instalar, operar y explotar estaciones de radio y televisión, así como la renovación de dichas concesiones y permisos; ... XXXIV. Imponer las sanciones que corresponden por incumplimiento de las normas que regulan las transmisiones en radio y televisión y las exhibiciones cinematográficas;*⁴⁵

En el artículo 10 de la Ley observamos lo siguiente: Fracciones I y II, resultan ser imprecisas al no establecer qué debe entenderse por respeto a la vida privada, dignidad de la persona y a la moral, pero no deja de tener un gran contenido social; en la Fracción III, la Secretaría de Gobernación, con las concesiones y permisos otorgados a los particulares cada vez tiene menos estaciones que coordinar; Fracción IV, las transmisiones de media hora, bajo el pretexto de los altos costos, en su mayoría no se lleva a cabo; Fracción V, por la confidencialidad existente, se desconoce si alguna vez se ha sancionado a

⁴⁵ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDXXV, Núm. 9, del 13 de febrero de 1989, pp. de la 30 a la 32.

un concesionario o permisionario y por lo que respecta a la denuncia de delitos no existe registro.

Se observa que las atribuciones con que cuenta la Secretaría de Gobernación son de mayor contenido que las que corresponden a la misma Secretaría de Comunicaciones y Transportes, esto hace suponer que la radio y la televisión técnicamente son vías generales de comunicación y en cuanto a sus emisiones tiene un carácter político y social.

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

I.- Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;

II.- Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;

III.- Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;

IV.- Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil;

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;

VII.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y

VIII.- Las demás que le confiera la ley."

Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública

Los artículos 11, Fracciones V, X, XI, XII, y 25, Fracción IV, del Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública se relacionan en forma directa con la Ley, artículo 11. *"Corresponde a la Unidad de Comunicación Social el ejercicio de las siguientes atribuciones: ... V. Evaluar la información que difunden los medios de comunicación acerca del sector educativo y su reflejo en la calidad de la imagen pública de la Secretaría; ... X. Compilar y distribuir entre los servidores públicos de la Secretaría la información publicada y difundida en los medios de comunicación; XI. Diseñar y producir materiales informativos y de difusión para radio, televisión y medios impresos, y XII. Gestionar, promover y regular la transmisión por radio y televisión de material informativo y de difusión de la Secretaría, de los órganos desconcentrados y entidades paraestatales que lo requieran..."*; y, artículo 25. *"Corresponde a la Dirección General de Materiales y Métodos Educativos el ejercicio de las siguientes atribuciones: ... IV. Diseñar contenidos educativos, métodos, materiales y auxiliares didácticos para la elaboración de programas de radio, televisión u otros medios, con la finalidad de apoyar los planes y programas de estudio de la educación inicial, especial, básica y normal que se imparte en todo el país;..."*⁶⁶

⁶⁶ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXXVI, Núm. 20, del 25 de marzo de 1994, pp. 10 y 11.

Ley General de Educación

En el Capítulo VII, De la Participación Social de la Educación, Sección 3, artículo 74 de la Ley General de Educación asienta que los medios de comunicación masiva, en el desarrollo de sus actividades, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el artículo 7, conforme a los criterios establecidos en el artículo 8 que dicen: artículo 7. *“La educación que imparta el Estado, sus organismos descentralizados y los particulares con autorización o con reconocimiento de validez oficial de estudios tendrá, además de los fines establecidos en el segundo párrafo del artículo 3o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los siguientes: I. Contribuir al desarrollo integral del individuo, para que ejerza plenamente sus capacidades humanas; II. Favorecer el desarrollo de facultades para adquirir conocimientos, así como la capacidad de observación, análisis y reflexión críticos; ... VI. Promover el valor de la justicia, de la observancia de la Ley y de la igualdad de los individuos ante ésta, así como propiciar el conocimiento de los Derechos Humanos y el respeto de los mismos; ... VIII. Impulsar la creación artística y propiciar la adquisición, el enriquecimiento y la difusión de los bienes y valores de la cultura universal, en especial aquellos que constituyen el patrimonio cultural de la Nación; ... X. Desarrollar actitudes solidarias en los individuos, para crear conciencia sobre la preservación de la salud, la planeación familiar y la paternidad responsable, sin menoscabo de la libertad y del respeto absoluto*

a la dignidad humana, así como propiciar el rechazo a los vicios..."; artículo 8.

"El criterio que orientará a la educación que el Estado y sus organismos descentralizados impartan -así como toda la educación primaria, la secundaria, la normal y demás para la formación de maestros de educación básica que los particulares impartan-, se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios. Además: I. Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; II. Será nacional, en cuanto -sin hostilidades ni exclusivismo- atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y III. Contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derecho de todos los hombres, evitando los privilegios de raza, de religión, de grupos, de sexos o de individuos."⁴⁷

⁴⁷ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXVIII, Núm. 9, del 13 de julio de 1993, pp. 42 y 43.

Con excepción de algunos programas de Radio Educación y Canal 11, que son propiedad de la Secretaría de Educación Pública, es difícil establecer cuál es la promoción y organización de la enseñanza que realiza esta entidad de la administración pública; los locutores, tanto en la radio como en la televisión, dejan mucho que desear.

ARTÍCULO 12. "A la Secretaría de Salubridad compete:

I.- Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas;

II.- Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o de curación de enfermedades;

III.- Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo;

IV.- Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones, y

V.- Las demás facultades que le confiera la ley."

Reglamento Interior de la Secretaría de Salud

Los artículos 12, Fracción VIII, 13, Fracción IX, 18, Fracción VII, y 24, Fracción VIII, del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud ratifican el contenido del artículo 12 de la Ley, artículo 12. *"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 procedencia o no de autorización de la publicidad masiva de insumos para la salud...";* artículo 13. *"La Dirección General de Control Sanitario de Bienes y Servicios tiene competencia para: ... IX. Normar, evaluar y vigilar que la publicidad sujeta a control sanitario, con excepción de la publicidad dirigida a profesionales de la salud, se efectúe con apego a las disposiciones legales y reglamentarias respectivas, así como expedir las autorizaciones correspondientes en la materia, previa opinión de las Direcciones Generales de Control de Insumos para la Salud y de Regulación de los Servicios de Salud, en los términos del artículo 12 fracción VIII y del artículo 24 fracción VIII del presente*

reglamento..."; artículo 18. "La Dirección General de Fomento de la Salud tiene competencia para: ... VII. Promover y desarrollar convenios de concertación de acciones de fomento a la salud con los medios de comunicación, en coordinación con la Unidad de Comunicación Social..."; y, artículo 24. "La Dirección General de Regulación de los Servicios de Salud 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; así como opinar sobre la procedencia o no de la autorización de publicidad de los profesionales de la salud y de los establecimientos prestadores de servicios de salud...".⁴⁸

Ley General de Salud

Los artículos 215, 217, 218, 276, 300, 306, 307 y 308: del la Ley General de Salud contienen disposiciones que en forma directa se relacionan con la Ley, artículo 215. "Para los efectos de esta ley, se entiende por: I. *Alimento*: cualquier sustancia o producto, sólido o semisólido, natural o transformado, que proporcione al organismo elementos para su nutrición; II: *Bebida no alcohólica*: cualquier líquido, natural o transformado, que proporcione al

⁴⁸ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXXIII, Núm. 23, del 31 de diciembre de 1993, pp. 19, 20, 21, 24, 28 y 30.

organismo elementos para su nutrición; III. Materia prima: sustancia o producto, de cualquier origen, que se use en la elaboración de alimentos y bebidas no alcohólicas y alcohólicas, y IV. Aditivo: cualquier sustancia permitida que, sin tener propiedades nutritivas, se incluya en la formación de los productos y que actúen como estabilizante, conservador o modificador de sus características organolépticas, para favorecer ya sea su estabilidad, conservación, apariencia o aceptabilidad.”; artículo 217. “Para efectos de esta ley, se consideran bebidas alcohólicas aquellas que contengan alcohol etílico en una proporción mayor del 2% en volumen.”; artículo 218. Toda bebida alcohólica, deberá ostentar en los envases, la leyenda: ‘el abuso de este producto es nocivo para la salud’, escrito con letra fácilmente legible, en colores contrastantes y sin que se invoque o se haga referencia a alguna disposición legal.”; artículo 276: “En las etiquetas de los empaques y envases en que se expendan o suministre tabaco, además de los establecido en las normas técnicas correspondientes, deberán figurar en forma clara y visible leyendas de advertencia escritas con letra fácilmente legible con colores contrastantes, sin que se invoque o haga referencia a alguna disposición legal; las cuales se sustituirán como mínimo cada seis meses, alternando cada uno de los contenidos siguientes: I. dejar de fumar, reduce importantes riesgos en la salud; II. Fumar, es un factor de riesgo para el cáncer y el emfisema pulmonar y bajo peso en el recién nacido.” “Las disposiciones reglamentarias señalarán los requisitos a que se sujetará el uso de las leyendas a que se refiere este artículo.”; artículo 300. “Con la finalidad de

proteger la salud pública, es competencia de la Secretaría de Salud la autorización de la publicidad que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, a la rehabilitación de los inválidos, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta Ley. Esta facultad se ejercerá sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia confieran las leyes a las Secretaría de Gobernación, Educación Pública, Comercio y Fomento Industrial, Comunicaciones y Transporte y otras dependencias del Ejecutivo Federal.”; artículo 306. “La publicidad a que se refiera 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; III. Los elementos que compongan el mensaje, en su caso, deberán ser congruentes con las características con que fueron autorizados los productos, prácticas o servicios de que se trate; IV. El mensaje no deberá inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física o mental que impliquen riesgo o atente contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer; V. El mensaje no deberá desvirtuar ni contravenir los principios, disposiciones y ordenamientos que en materia de prevención, tratamiento de enfermedades o rehabilitación, establezca la Secretaría de Salubridad y Asistencia, y VI. El mensaje publicitario deberá estar elaborado conforme a las disposiciones legales aplicables.”; artículo 307. “Tratándose de

publicidad de alimentos y bebidas alcohólicas, ésta no deberá asociarse directamente o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas." "La publicidad no deberá inducir a hábitos de alimentación nocivos, ni atribuir a los alimentos industrializados un valor superior o distinto al que tengan en realidad." "En el caso de productos alimenticios, que conforme a la norma técnica correspondiente, se clasifiquen como de bajo valor nutritivo, deberán incluir en forma visual, auditiva o visual y auditiva, según sea para impresos, radio o cine y televisión respectivamente, mensajes precautorios de la condición del producto o promotores de una alimentación equilibrada."; y, artículo 308. *"La publicidad de bebidas alcohólicas y del tabaco deberá ajustarse a los siguientes requisitos: I. Se limitará a dar información sobre las características, calidad y técnicas de elaboración de estos productos; II. No deberá presentarlos como productores de bienestar o salud, o asociarlos a celebraciones cívicas o religiosas; III: No podrá asociar a estos productos con ideas o imágenes de mayor éxito en la vida afectiva y sexualidad de las personas, o hacer exaltación de prestigio social, virilidad o femineidad; IV. No podrá asociar a estos productos con actividades creativas, deportivas, del hogar o del trabajo, ni emplear imperativos que induzcan directamente a su consumo; V. No podrá incluir, en imágenes o sonidos, la participación de niños o adolescentes ni dirigirse a ellos, VI. En el mensaje, no podrán ingerirse o consumirse real o aparentemente los productos de que se trata; VII. En el mensaje no podrán participar personas menores de 25 años, y VIII. En el*

mensaje deberán apreciarse fácilmente, en forma visual o auditiva, según el medio publicitario que se emplee, las leyendas a que se refieren los artículos 218 y 276 de esta Ley." "La Secretaría de Salud podrá dispensar el requisito previsto en la fracción VIII del presente artículo, cuando en el propio mensaje y en igualdad de circunstancias, calidad, impacto y duración, se promueva la moderación en el consumo de bebidas alcohólicas, desaliente el consumo de tabaco especialmente en la niñez, la adolescencia y la juventud, así como advierta contra los daños a la salud que ocasionan el abuso en el consumo de bebidas alcohólicas y el consumo de tabaco." "Las disposiciones reglamentarias señalarán los requisitos a que se sujetará el otorgamiento de la dispensa a que se refiere el párrafo anterior."

En el artículo 12 de la Ley, se observa que en: la Fracción II, la propaganda autorizada en la radio y la televisión no se apega a lo señalado en el Reglamento Interior de la Secretaría de Salud ni en la Ley General de Salud; en la Fracción III, las campañas promovidas y organizadas por la Secretaría de Salud son nulas comparadas con las elaboradas por las compañías nacionales y transnacionales para vender sus productos chatarra; en la Fracción IV, al igual que en el caso de la Secretaría de Gobernación, la información se maneja tan confidencialmente que se desconoce algún caso donde se haya sancionado a concesionario o permisionario.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En la Ley Federal de Protección al Consumidor los artículos 32, 44 y 45 tocan, en forma directa, la materia de la radio y la televisión, artículo 32. *“La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por su inexactitud.”*; artículos 44. *“La Procuraduría podrá hacer referencia a productos, marcas, servicios o empresas en forma específica, como resultado de investigaciones permanentes, técnicas y objetivas, a efecto de orientar y proteger el interés de los consumidores y publicar periódicamente dichos resultados para conocimiento de éstos.”*; y, artículo 45. *“Quedan prohibidos los convenios, códigos de conducta o cualquier otra forma de colusión entre proveedores, publicistas o cualquier grupo de personas para restringir la información que se pueda proporcionar a los consumidores.”*⁴⁹

En el artículo 32 se puede advertir que si algo tiene la publicidad en la radio y la televisión es precisamente la forma dolosa e impactante con que se difunde; en

⁴⁹ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXI, Núm. 18, del 24 de diciembre de 1992, pp. 30 y 31.

relación al artículo 44, se tiene conocimiento de resultados publicados por la Procuraduría Federal del Consumidor relativas a productos, marcas, servicios o empresas pero la información de los mismos no es dada a conocer con la misma difusión que la publicidad comercial; y, en el caso del artículo 45, es sabido que la base del éxito de la mercadotecnia es precisamente la forma en que se maneja la información.

CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCESOS ELECTORALES

Los artículos 41, 44 y 45 del Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales en forma directa se relacionan con la Ley, artículos 41. "1. Son prerrogativas de los partidos políticos nacionales: a) Tener acceso en forma permanente a la radio y televisión en los términos del artículo 44 de este Código; ..."; artículo 44. "1. Del tiempo total que le corresponda al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación. 2. La duración de las transmisiones será incrementada en periodos electorales, para cada partido político, en forma proporcional a su fuerza electoral. 3. Los partidos políticos utilizarán, por lo menos, la mitad del tiempo que les corresponda durante los procesos electorales para difundir el contenido de sus plataformas electorales. 4. Sin perjuicio de lo anterior, a

solicitud de los partidos políticos podrán transmitirse programas en cobertura regional. Estos programas no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido para sus programas de cobertura nacional y se transmitirán además de éstos. 5. Los partidos políticos tendrán derecho, además del tiempo regular mensual a que se refiere el párrafo 1 de este artículo, a participar conjuntamente en un programa especial que establecerá y coordinará la Dirección Ejecutiva de Prerogativas y Partidos Políticos, para ser transmitidos por radio y televisión dos veces al mes.”; y, artículo 45. “1. Los partidos políticos harán uso de su tiempo mensual en dos programas semanales. El orden de presentación de los programas se hará mediante sorteos semestrales. 2. Los partidos políticos deberán presentar con la debida oportunidad a la Comisión de Radiodifusión los guiones técnicos para la producción de sus programas, que se realizarán en los lugares que para tal efecto disponga ésta. 3. La Comisión de Radiodifusión contará con los elementos humanos y técnicos suficientes para garantizar la calidad en la producción y la debida difusión de los mensajes de los partidos políticos.”⁴⁰

La posibilidad de que los partidos políticos tengan acceso a la radio y a la televisión es un avance para la democracia, pero lo que se puede cuestionar es la proporcionalidad del tiempo otorgado conforme a su fuerza electoral, así

⁴⁰ Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDXLIII, Núm. 11, del 15 de agosto de 1990. pp. 13 y 14.

como la presentación de los guiones técnicos a la Comisión de Radiodifusión para la producción de los programas, en estos dos casos se podría dar el caso de una democracia controlada.

CÓDIGO PENAL PARA EL DISTRITO FEDERAL EN MATERIA DE FUERO COMÚN Y PARA TODA LA REPÚBLICA EN MATERIA DE FUERO FEDERAL

Los artículos 209, 350 y 356 del Código Penal se vinculan con la Ley, artículo 209. *"Al que provoque públicamente a cometer un delito, o haga la apología de éste o de algún vicio, se le aplicará de diez a ciento ochenta jornadas de trabajo en favor de la comunidad, si el delito no se ejecutare; en caso contrario se aplicará al provocador la sanción que le corresponda por su participación en el delito cometido."*; artículo 350. *"El delito de difamación se castigará con prisión hasta de dos años o multa de cincuenta a trescientos pesos, o ambas sanciones, a juicio del juez."* *"La difamación consiste: en comunicar dolosamente a una o más personas, la imputación que se hace a otra persona física, o persona moral en los casos previstos por la ley, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que pueda causarle deshonor, descrédito, perjuicio, o exponerlo al desprecio de alguien."*; y, artículo 356. *"El delito de calumnia se castigará con prisión de seis meses a dos años o multa de dos a trescientos pesos, o ambas sanciones, a juicio del juez: I. Al que impute a otro*

un hecho determinado y calificado como delito por la ley, si este hecho es falso, o es inocente la persona a quien se imputa; II. al que presente denuncias, quejas o acusaciones calumniosas, entendiéndose por tales aquellas en que su autor impute un delito a persona determinada, sabiendo que ésta es inocente o que aquél no se ha cometido, y III. al que, para hacer que un inocente aparezca como reo de un delito, ponga sobre la persona del calumniado, en su casa o en otro lugar adecuado para ese fin, una cosa que pueda dar indicios o presunciones de responsabilidad." "En los casos de las dos últimas fracciones, si el calumniado es condenado por sentencia irrevocable se impondrá al calumniador la misma sanción que aquél."

Los programas y comerciales tienen un gran contenido de elogio a la violencia, al tabaco y alcohol, por dichas causas se podría integrar el delito de provocación a un delito y apología de éste o de algún vicio; se ha observado que los medios de comunicación, en comento, son utilizados frecuentemente para exhibir o imputar hechos, ciertos o falsos, contra personas públicas obedeciendo a intereses o políticas en turno, en este caso se puede integrar el delito de difamación o calumnias.

CAPÍTULO TERCERO

C O M E N T A R I O S

III.1. Empleo social de la Radio y la Televisión

A pesar de que no se puede ocultar que existe la incorporación de las emisoras de radio y televisión a los grandes grupos de poder nacionales, prácticamente nadie puede demostrarlo por el camino del derecho, pues la actual estructura económica, política, administrativa y jurídica sobre la que opera la radio y la televisión permite que los grupos empleen y disfracen estos medios de comunicación conforme a sus intereses.

Estos medios electrónicos de comunicación, no cumplen con su obligación de informar objetivamente lo que ocurre en el país y por el contrario ofrecen una información parcial y distorsionada de los acontecimientos nacionales.

Uno de los puntos más destacados en los lineamientos para el presente gobierno debe ser el relativo a los medios de comunicación. Especialmente los medios audiovisuales que no han sido debidamente aprovechados y muchas veces, incluso, han militado en contra de los valores esenciales de la educación nacional. Su manejo ha fortalecido el centralismo y ha limitado el desarrollo regional de las expresiones culturales locales al vedar su acceso a formas que no sean redituables comercial o políticamente.

Otro de los puntos a observar es la antigua y gastada fórmula empleada de diversas maneras con los estilos más heterodoxos en las estaciones de radio y canales de televisión que tienen espacios informativos y de opinión que induce al linchamiento de los contrarios y contribuye a enrarecer y predisponer un clima social que debe mantenerse lo más limpio posible si no se quiere que el descontento social nos coloque en situación de emergencia.

El intervencionismo en los medios de comunicación mexicanos afecta en gran medida el manejo de la información. Sobre las empresas transnacionales recae el peso más importante para el financiamiento de las campañas de propaganda, éstas acaparan los mejores horarios de las estaciones mexicanas y reciben consignas de carácter ideológico, pues son las encargadas de la producción en las principales radiodifusoras.

La mayoría de locutores mexicanos están al servicio de los intereses de las empresas nacionales y transnacionales. Se les contrata, se les dice qué deben hacer y hasta cómo deben hacerlo.

En la actualidad la lealtad no es rentable, y lo que no es rentable no sirve, de acuerdo con el sistema de valores que ha impuesto la cultura de mercado, que es hoy por hoy la cultura única. Pero vale la pena encontrar cada mañana un amigo en el espejo. Lo peor que puede ocurrir siendo locutor de la radio o la televisión, como en cualquier otra actividad, es alquilarte o venderte. A veces se piensa que al fin y al cabo no importa, porque si no lo hace uno lo hace otro. Pero algo ocurre al día siguiente, cuando uno no encuentra su cara en el espejo, pues ya no somos tan amigos como éramos. La dignidad implica el reconocimiento de tu cara en el espejo cada mañana. Se puede ser locutor sin venderse y sin alquilarse y con la plena conciencia de la dignidad de la palabra, que hoy más que nunca es necesario rescatar en un mundo que la niega pues la palabra es manipulada, maltratada, usada, abusada y prostituida cada día. Recuperar el verdadero nombre de cada cosa, es la tarea de todos.

Hablando de difusión cultural, no se puede plantear sólo en términos de la libertad absoluta del locutor, sino también del respeto al espectador, no hay que hacer una aristocracia de la cultura donde cualquier ocurrencia de alguien que se para ante un micrófono merezca ser deificada. No se trata de imponer la

idea de que ser cosmopolita es ser culto, al contrario, es realmente cuando se pierde la identidad, la única forma de serlo es estando enraizado profundamente en su tierra, así es como somos universales.

Es cierto que cultura es todo, abarca las ciencias, la tecnología no por útil, las artes, la filosofía y la religión. Pero resulta demasiado culto suponer que la gente no puede pasarse un minuto sin arte, cuando de hecho se pasa años y vidas enteras de lo más contento.

La mejor forma de reconocer a la cultura es por que es inútil; no se puede aplicar a la producción, porque la cultura no da de comer, da significados con los que la vida hace sentido. Pero en este mundo de papelito que habla donde hay que presentar comprobantes hasta del sentido de la vida, a la cultura se le añaden otros elementos para reconocerla y otorgarle presupuesto.

Vivimos cada vez más aceleradamente en un mundo que, por aumentar los niveles contaminantes en la comunicación, está matando las formas pensantes en el ámbito cultural. Hay que estudiar los elementos de dominio de los medios masivos, a riesgo que se conviertan en un Leviatán más poderoso que el Estado. Jamás el mundo estuvo más y mejor informado, pero jamás el ser humano ha estado tan carente de conocimientos reales y reflexivos sobre lo que sucede.

La educación, la formación de la cultura nacional o la conducción del Estado o la sociedad no son hoy concebibles aislados sino que se asocian de manera adjetiva a ese inmenso arsenal de recursos de tipo material, tecnológico e ideológico que denominamos genéricamente medios de comunicación.

La educación es un proceso que excede a la escuela, los aspectos informales de la misma, como son la radio y la televisión, no ayudan mucho, siendo sus efectos perversos y permanentes. La educación ha sido y es hoy todo lo que los jóvenes y niños de las nuevas generaciones observan y comparten de las generaciones anteriores y, ciertamente, muchas cosas de la sociedad actual son preocupantes.

En la política el elemento inédito, pero bien sabido en la contienda por el poder, es la utilización de los medios de comunicación. Tomando el grupo en el poder, desde dicho ámbito, la idea tutelar y patrimonialista de administrar el poder.

Los países en proceso de vuelta a la democracia el avance se manifiesta primero en la prensa escrita y sólo posteriormente en la radio y la televisión, donde no se da la diversidad ideológica, existiendo un manejo más controlado de lo noticioso y una rigidez mayor de lo opinable.

El impulso a las comunicaciones en México no responde al crecimiento y desarrollo del país, está girando alrededor del proceso de acumulación de capital.

No obstante que el país goza de una libertad de expresión que no había conocido antes, existen fuertes tendencias que homogeneizan la información, proveniente generalmente del gobierno, aunque también de cacicazgos económicos y políticos. Y generalmente, locutor que no se homogeneiza, locutor que deja de trabajar.

Quien acepta que alguien, una instancia diferente a su propia decisión personal, decida lo que él mismo puede ver, oír y/o leer está cediendo su libertad, está imponiéndose a sí mismo una minoría de edad. Pero, lo que es peor, está imponiéndola o tratando de imponerla a otros. El enfermizo ejercicio del poder convierte a la autocensura de unos en su mejor aliado para limitar la libertad de los demás.

Todo mundo puede no ver, oír y/o no leer lo que no quiera, suya es la decisión, pero no puede violentar el derecho de los demás a hacerlo, en este caso estaría indebidamente limitando su libertad.

La libertad de expresión es, para empezar una de las formas de libertad, nuestra propia Constitución la inscribe en su Título Primero, Capítulo Primero, que lleva el encabezado: "De las garantía individuales". Es una de las formas de libertad más necesarias para el desarrollo y realización de los individuos y de las comunidades, y simultáneamente una de las más delicadas. Mucho tiempo ha pasado para que formara parte como un derecho fundamental de la legislación de los países que, por lo menos formalmente, gozan regímenes de libertad. Pero su misma naturaleza hace que siempre, por caminos mas o menos torcidos, usando engaños, se trate de limitarla.

Es la libertad de pensar, crear y escribir la que ha permitido a la humanidad acceder, entre balanceos y contradicciones a estados de una vida más plena, libertad a veces, según las circunstancias, recabada y/o expuesta en espacios riesgosos.

La desconfianza sobre esa libertad proviene siempre del poder religioso y civil, en un tiempo juntos y ahora formalmente separados. Esta situación tiene su explicación, en virtud de que la supervivencia de un poder establecido depende en buena medida de la limitación de que se expresen ideas.

A nadie pueden agradar las noticias fuera de contexto, el humor vulgar, la publicidad que transforma la maravillosa experiencia erótica en un aerosol o una loción, ni menos los contravalores que se nos presentan como paradigma.

No bien acaba una *Maria la del Barrio*, cuando inicia un *Confidente de Secundaria* o descubren *El Oasis de Shakira* o miran gracias a *La Antorcha Encendida* o emprende la extraña transfiguración *En Cuerpo Ajeno*, quizá para caer en los extremos cromáticos del blanco y negro, todo esto plagado con actitudes que tienden a promover en la gente, cada vez más desprovista de una cultura y criterio propios, que ésto es lo de moda, lo normal y lo adecuado.

El manejo de la imagen de las mujeres protagonistas en los medios masivos de comunicación, principalmente en las comedias, son en su mayoría seres que rayan en la deficiencia mental, aguantadoras y sufridas, siempre con la idea de que sólo la presencia de un galán habrá de hacer realidad sus sueños y si esperan lo suficiente y sufren mucho, hasta se casan con ellas en la Villa.

Y si bien habrá quienes con una preparación más sólida puedan discriminar la fantasía ridícula y exagerada de la verdad, existe una mayoría que tras haberlo visto repetidamente en esas emisiones, confían más en la fuerza de una limpia, sufrimiento constante, ambición desmedida o la buena vibra de un amuleto que en la constancia, dedicación y compromiso personal para hacer realidad un

sueño. Normalmente, en estos medios electrónicos tan penetrantes eso no se exalta, es más fácil utilizar elementos mágicos y soluciones sacadas de la manga, en vez de promover actitudes que traigan algún beneficio al espectador que emplea horas y horas vacías ante estos manipuladores.

Es cierto que tras este tipo de programación existen intereses creados y pocos ven con optimismo la posibilidad de un cambio que beneficie al radioescucha y al televidente. Sin observarse que los organismos encargados de vigilar y supervisar los medios electrónicos de comunicación tomen cartas en el asunto y revisen con más cuidado los contenidos nada inocentes o inofensivos, a fin de que los mensajes dañinos afecten en menor medida a la población más vulnerable, la infantil, que en esta época encuentra que aprende más de la vida de la nana electrónica que de sus padres y la observación no supervisada de estas truculentas tramas le hace que poco a poco crea que narcosatanismo y sufrimientos ajenos para beneficio personal son algo no sólo normal, sino hasta deseable.

En un país como México, donde la discriminación no ha sido afortunadamente un grave problema, lo ponen de moda los noticieros de la radio y televisión, al citar el conflicto de Chiapas como causa de todos los males sociales, políticos y económicos que aquejan al país.

Mientras los espacios públicos por excelencia, sean los medio electrónicos de comunicación, estén en posesión de corporaciones o personas que se reservan la obligación de informar y nieguen el acceso a ese espacio público, los poseedores de estos medios secuestran de alguna manera los derechos de los ciudadanos.

En nuestro país la radio y la televisión del Estado y la privada son medios que en el fondo se consecuentan y se solidarizan uno con el otro. Contrariamente a lo que pasa en la sociedad, en lugar de que ésta vaya a la vanguardia del cambio va al último de la fila, espera a que el Estado le dé su venia y le diga que la realidad existe. Por ser medios al servicio del gobierno e iniciativa privada, únicamente cumplen con ese papel, si fueran medios constituidos por la sociedad estarían obligados a ir al frente y servir a ésta. Conforme la situación del país es más crítica el gobierno y los beneficiarios de las concesiones aumentará el grado de programación marginante, ya sea de manera abierta o encubierta.

A menudo radio y televisión distorsionan o soslayan asuntos sociales, políticos y económicos, pero no hay que olvidar que en buena medida los medios no son más que un interprete de la situación que vivimos y en consecuencia a veces magnifica, pero finalmente no pueden inventar la realidad.

III.2. Trascendencia de la Radio y la Televisión

El desarrollo de las comunicaciones se ha venido sumando de manera más evidente a las tendencias globalizadoras del presente siglo y del ya cercano nuevo milenio. Sin ser una preocupación nueva, el papel de la comunicación en los procesos de integración cultural y de mediación social adquiere, indudablemente, un sentido aún más trascendente en el contexto de los cambios económicos y políticos que en la pasada década. En este contexto el engrandecimiento del mercado como plataforma ideal del desarrollo junto a los cambios políticos, para el caso de México, son el punto desde el cual debe observarse el problema de la integración y el contexto dentro del cual debe ser analizado el aporte de los sistemas de comunicación social.

Los convenios de corporaciones de diversos países ha llevado que la industria de la radio y la televisión traspase fronteras, al grado de presionar al Estado mexicano para que se incluya en las negociaciones del TLC una cláusula que levante las restricciones de propiedad de los medios de comunicación en las naciones firmantes. Esto implicaría que Televisa tuviese una mayor penetración

en los Estados Unidos de Norteamérica, empresa que había salido de ahí en 1987 por violaciones a ley antimonopolios, resultando su poder incuantificable.

No puede minimizarse el papel de influencia que ejercen los medios masivos en la sociedad. Los medios de comunicación cumplen una función como mediadores sociales, tratando de imponer ideologías que de alguna u otra manera tranquilizan o median las crisis sociales, políticas, económicas y la falta de credibilidad que tiene el pueblo mexicano.

El mal mayor de la comunicación mexicana se centra en la indefensión de los compradores de los servicios de los medios. Hay que decir, por cierto, que los medios se pagan a costo alto. El más caro de ellos es la televisión, siguiendo la radio, por el costo publicitario. La televisión tiene un alto precio, no sólo moral y civicamente, el ser informado regularmente, por funcionarios públicos y privados en asuntos de interés nacional, toda vez que por vía de pago publicitario e impositivo los receptores sufragan los costos y las ganancias de los concesionarios. Las inclinaciones integradoras de la actualidad se ven reforzadas por una creciente disponibilidad de los medios para intercambiar y transferir información a lo largo y ancho del orbe. Sin embargo, el fenómeno trasciende el ámbito de lo netamente informativo y de las necesidades de carácter económico. Es sin lugar a dudas, un fenómeno con fuertes implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales.

La comunicación, aparte de ser un negocio, es una fuente de poder, de influencia social y política que sirve para hacer más negocios, pero que incurre en los campos del poder político y toca el tema de la democracia. Los medios han dejado de ser intermediarios, para volverse en protagonistas y beneficiarios de los cambios.

En el caso de la radio y la televisión es principalmente diversión no sabiduría, y cuando la gente abandona su capacidad crítica, corre el riesgo de perder tanto la sabiduría como la diversión, ambas pueden coexistir si hay una moralidad individual que evite que estos medios de comunicación anulen todo daño en potencia que pueden infligir en la persona, tendrá que haber un triunfo de lo realmente útil sobre la imagen y sonido, conforme se incrementa el nivel de conocimiento reflexivo y crítico. Jamás el mundo estuvo más y mejor informado, pero jamás el ser humano ha estado tan carente de conocimientos reales y reflexivos sobre lo que sucede, en los medio electrónicos de comunicación vemos, pero no sabemos, se nos informa pero no se nos explica. La presentación de información parcial y plana tiene mucho que ver con la indiferencia y anestesia que el espectador radifónico y televisivo recibe los mensajes.

Los medios de comunicación modernos pueden ser útiles, efectivos e incluso magníficos ayudantes para la creación, pero al mismo tiempo se pueden convertir en destructores y aniquiladores cuando se pierde el sentido del valor.

La incapacidad del Estado para poder llenar el 12.5 por ciento de los espacios de pantalla correspondientes a los tiempos oficiales, pago fiscal en especie arroja a la fecha un saldo escandalosamente ventajoso, que con toda seguridad estaba previsto por los concesionarios, cuando aceptaron el acuerdo favorable como agradecidos pseudocontribuyentes. Sin embargo, el problema de fondo no estriba únicamente en la capacidad de producción que necesitaría tener el Estado para poder llenar ese tiempo, lo verdaderamente fundamental está en establecer cuál sería el beneficio de la explotación de este invaluable recurso potencial, con base en la función que deba cumplir como virtual medio de comunicación estatal. Prueba de que la capacidad de respuesta en producción no es la solución son los programas realizados para tiempos oficiales los que se podían dividir en dos grandes áreas: los gubernamentales, dedicados esencialmente a la promoción de bienes y servicios estatales, y los seriados, que buscaban más llenar espacios que obtener beneficios reales para el Estado, cayendo invariablemente en el terreno de lo sin sentido, programación que evidentemente no tenía ningún soporte ideológico, estratégico o de comunicación, ejemplo de éstos los encontramos en *Tropidanza*, *Esta Noche a las Once*, *Érase que se era* y *Juan sin miedo*, entre otros.

La radio y la televisión privada, indiscutibles capitalizadores del convenio tiempos oficiales, ha encontrado la forma de matar varios pájaros de una sola pedrada, programando esporádicamente series de calidad, que hacen sentir gratamente compensados a los funcionarios de RTC, que únicamente acceden a rubricar con su logotipo programas de excelente factura a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que contabilizan horas que daban ya por perdidas. El público agradece por productos de esta naturaleza en radio y televisión. Por otra parte, los medios de comunicación electrónicos privadas contratan emisiones invendibles de la mejor calidad, que trasmite a manera de exclusiva en un espacio contabilizado como contribución fiscal al mismo tiempo que enriquece su programación con contenidos poco comunes.

En conclusión, la radio y televisión privada goza de un convenio a todas luces favorable a sus intereses y además se sirve de él para legitimar su proyecto, obteniendo beneficios reales y capitalizables, de un erróneamente llamado Tiempo Oficial.

En la actualidad se establece una simbiosis en la que el empresario necesita del gobernante para que éste lo autorice, mientras el gobernante requiera de la estación que concesionó para que a través de ésta legitime su obra de gobierno y aun, en caso necesario, se le justifique ante la opinión pública.

En el terreno cultural el Estado nacional ha sido minimizado, el proyecto cultural del país se ha perdido, no lo dirige la Secretaría de Educación Pública, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, Bellas Artes o el libro de texto gratuito, sino los medios electrónicos masivos, que rompen las fronteras culturales.

La cultura es lo que queda después de lo que queremos y de lo que podemos, parece ser que lo que queda, como los cascos vacíos de coca-cola después de una fiesta, son trivialidades coca-cola de modo que un habitante de otro siglo no podría adivinar a que se refiere la palabra, parece ser el nombre de una cualidad o material con que están hechas ciertas cosas; y en todo caso, el nombre de coca-cola se ha despegado hace mucho de su marca registrada y de aquel elixir medicinal que se vendía en las farmacias y que más tarde fue envasado en la preciosa botellita. Utilizar coca-cola como nombre propio y referirlo a un refresco equivale a dar una respuesta técnica para un objeto cultural, es el truco tecnócrata de no explicar las cosas y vivir en medio de cosas que no se conocen. Coca-cola es el nombre de una cierta combinación de líquido oscuro y botella en movimiento que sirve para ubicar, reconocer, orientarse e identificarse en determinados ambientes sin necesidad de comprender nada ni de intentarlo.

La saturación radiofónica y televisiva obliga a ver cosas impuestas, a pensar de ciertas formas e inclusive quienes manejan ciertos medios de comunicación se sienten influidos por todo eso y terminan creyendo lo mismo que imponen.

En los últimos años se ha perdido la capacidad para comunicarse mediante palabras que tengan un significado cognoscible, y se le ha sustituido con la capacidad de ver fotos, colores, logotipos, cosas que pueden ser asimiladas de vista y sin necesidad de pasar por el pensamiento y la reflexión, o sea, menos palabras y mas imágenes de vasos medio llenos. Se han sustituido las razones por las sensaciones, para comodidad de las generaciones posmodernas, toda vez que resulta más práctico ponerse una camiseta, colgar un poster, comprar un llavero, proferir un slogan, hacerse un orificio en la oreja, tener tres o cuatro hoyos negros en el cerebro, que echar a andar el lento y desaceitado proceso de comunicarse con conceptos, de usar razones en vez de videoclips.

El periodismo televisado y el radiofónico están fuertemente interferidos por la parcialidad, apoyada por el poder o por el dinero, o por ambos. Existiendo excepciones en la radio, pero como excepciones que son, acentúan la corrupción informativa. Hay un monopolio en manos de empresas privadas, que ya es un monstruo, que lo mismo adormece que desinforma, sin que sea sometidas dichas empresas al control de las leyes, siendo cómplice los órganos de control y vigilancia de estos medios al tolerar tal actitud.

Pareciera que como una forma velada de descontento o por una carencia de oficio periodístico al recibir consignas, sugerencias o indicaciones para ensalzar o descalificar a determinado sujeto social, las emisoras de radio y televisión lo hacen tan estruendosa y burdamente que han venido generando en los auditorios una especie de "vacuna antimanipulación" que reduce los efectos de las campañas que se instrumentan desde las altas esferas de la comunicación social.

Los medios de comunicación masiva, por su poderosa influencia en la formación de opinión, son instrumentos que sirven para informar y desinformar, para orientar y confundir, para servir a una causa justa o intentar perpetuar el dominio de privilegios, o para inmovilizar protestas reivindicatorias.

Al permitir los excesos de los medios de comunicación el gobierno no está por un desarrollo de la sociedad mexicana basado en la democracia y en la sociedad civil, ya que permite que los beneficiarios de las concesiones sean los que tienen la única opción en la creación de la cultura. De esta forma el gobierno niega el derecho a la sociedad de poner a su disposición los elementos que requieren para expresarse.

Uno de los ejemplos más claros de marginación y creación de la cultura por parte de beneficiarios de las concesiones son las comedias, en nuestro país se pasa 24 diarias en televisión, en 17 horas y media, constituyen un auténtico problema social, pues introducen en los hogares una tendencia absurda al escape, deforman la sexualidad, y exhiben a la mujer como un objeto sexual, siendo el público de menor nivel intelectual el que sufre más los estragos de la moral de esas telenovelas, que presentan patrones de una sociedad en la que priva el dinero y lo material, pero en la que todo acaba bien, aunque haya que llorar a mares.

De acuerdo con esa moral los adulterios, divorcios, la violencia sexual y los delitos tienen su justificación, lo que influye sobre todo en los niños, que no escapan a las telenovelas y dejan de lado su trabajo escolar. No pocas reyertas conyugales que acaban en la delegación o ante el juez se derivan del descuido hogareño.

En todas partes hay individuos que no les gusta lo que hacen y que están frustrados al hacerlo y por eso lo hacen mal, fastidian a quien está a su alrededor y se dañan a sí mismos, existen muchas personas así, desde cocineros y meseros en restaurantes, o comerciantes, profesores de escuela y de la Universidad, técnicos calificados, secretarias, empleados de comercio y de bancos, la lista es grande. Cuántos directores generales se la pasan

frustrados, buscando cómo ser subsecretarios, porque ser director no les gusta; pero luego cuando llegan a subsecretarios descubren que eso tampoco les atrae y que lo que verdaderamente les gustaría es una gubernatura, y así cada nuevo puesto deja pronto de interesarles, por lo que empiezan a pensar en cómo lograr el siguiente y a ello dedican su esfuerzo, sintiéndose inquietos y frustrados cuando no lo consiguen. Este problema se acentúa más cuando en los medios electrónicos de comunicación imponen estereotipos que no corresponde a una sociedad que intente vivir en paz y armonía, como es el caso tan conocido del personaje, que sin la ayuda de nadie, únicamente gracias a sus aptitudes logra todo.

La cultura no es un fenómeno de erudición personal, sino de larga elaboración histórica colectiva; es decir, la cultura real es un fenómeno del pueblo y se da dentro de un conjunto de diferentes tipos de personas, tan amplio como es el mexicano, hay sistemas diferentes de ideas, normas y expresiones. El mundo no debe ir a la homogeneización sino a la armonización de lo heterogéneo. Ese es el pluralismo cultural, reconocerlo como realidad y estimular, como posibilidad de desarrollo nacional, las diferentes expresiones culturales en su pluralidad, no estatizándolas o estandarizándolas es deber de todos.

En el aspecto político después del debate televisivo del 21 de agosto de 1994, entre los entonces tres candidatos a la presidencia de la República, no puede

volver a hacerse el silencio, ni es pertinente, en términos de cultura política, que los debates se circunscriban al ámbito electoral. Por ser la radio y la televisión instrumentos de vida cotidiana su apertura despierta cautelas por parte del gobierno y los beneficiarios de dichos servicios.

Vivimos en un México complejo en el que las viejas etiquetas esclavizan y no dan cuenta de los verdaderos fenómenos que se suscitan a nuestro alrededor, en el que no sólo existen buenos y malos y la polarización estorba al diálogo, en el que la tolerancia es condición de libertad, abrir el debate y la discusión no con la finalidad de contender sino para unificar criterios. Para ser libres nos falta lo que nos negó la cultura política de las últimas décadas: saber buscar el bienestar de la sociedad en los argumentos del otro, sin descalificarlo por el color de su camiseta o militancia.

En el caso de los niños, salvo honrosas excepciones, los medios electrónicos carecen de una programación infantil digna. En este caso también cabría preguntarse qué puede ser buen radio y/o televisión para los niños, porque sobra quienes habla acerca de la mala programación radiofónica y/o televisiva y los efectos que ésta tiene, pero es mucho más constructivo e ilustrativo experimentar con buena programación y conceptos más claros. En este caso el verdadero reto, en términos de comunicación, es combatir la efectividad de penetración de lo cotidianamente insulso, frente a la posibilidad de abordar la

verdadera comunicación infantil teniendo como objetivo una programación para proporcionar autoestima, independencia, imaginación y gusto por el trabajo y la vida, a partir de su concepción de la radio como un espacio de juego, íntimo, coloquial, cotidiano generador de imágenes, fantasías, acciones, etc.

III.3. Necesidades de la Ley Federal de Radio y Televisión

La revolución de la cibemética y el dominio multinacional de las nuevas tecnologías encuentran en México a un Estado débil, sin una política social bien definida. Más que la concesión, ya que la mayoría está bajo este régimen, actualmente el problema central de los medios electrónicos de comunicación consiste en que el gobierno no sabe a quién concesionarlas. Urge una respuesta rápida del Estado para abrir esos medios a una participación más democrática de la sociedad.

La Ley Federal de Radio y Televisión, por su parte, formulada treinta y seis años atrás, fue aprobada por el Congreso en su periodo ordinario de sesiones de 1959, se incumple en general, y adolece de notables carencias: desde el

punto de vista técnico ya no tiene vigencia, pues no se refiere a las transmisiones por cable ni por satélite, ni a los videos, ni a la ultrafrecuencia. Y desde el punto de vista social y organizativo, por sólo señalar uno de sus faltantes, no contiene casi disposiciones sobre el régimen de permisos, es decir el aplicable a la radio y televisión culturales y/o de entidades públicas, federales o regionales, siendo que éstas se han convertido en un ramo primordial en el aspecto de la difusión.

Es absolutamente necesario recuperar algunas claves de la historia que han sido olvidadas, como por ejemplo la clave de la comunidad, la certeza de que es posible vivir una vida centrada en la solidaridad y no en el egoísmo, la seguridad de que no estamos condenados a vivir la vida como competencia contra el prójimo, sino como la incesante creación de un espacio. Porque actualmente la falta de talento de escrúpulos son las mejores virtudes para ocupar un buen lugar en la cúpula del poder; y a la inversa, resultan ser motivos de castigo las mejores energías de creación que un ser humano pueda tener en su interior. Se nos considera consumidores o clientes, ya no ciudadanos. Tenemos que recuperar lo que nos han quitado, no para duplicar el pasado, sino para multiplicarnos a partir de él, no para repetir la historia, sino para empezar a hacerla. Tenemos que encontrar el tiempo para ello. Para que seamos los protagonistas de nuestra historia, y no los testigos impotentes, resignados, de nuestra propia perdición.

No fue una concesión graciosa, sino el reconocimiento del sentir del pueblo mexicano, los logros que ha alcanzado en democracia, aunque muchas de las veces sea en la forma y no en los hechos, pero no por esto deja de ser un alcance, que los derechos plasmados en las leyes paulatinamente son ejercidos con mayor regularidad, en el caso de la radio y la televisión se empiezan a distinguir como parte importante de la entidad individual y colectiva.

Lo esencial para México es que cualquiera que sea la labor que cada mexicano tenga encomendada, se haga bien, con responsabilidad y pensando siempre en la grandeza de nuestro país.

México no se merece la radio y la televisión que tiene. No es posible que a la fecha sólo unos cuantos grupos, detenten las concesiones o permisos de la mayoría de las estaciones de radio y canales de televisión y todavía tengan la posibilidad de refrendarlas por 30 años más. Es necesario replantear los objetivos y manejo de estos medios. Si existe verdadera voluntad política, esta administración deberá apoyar propuestas concretas para cambiar el panorama radiofónico y televisivo vigente.

Una de los puntos que se debe visualizar es el de crear las condiciones para que se abra una discusión amplia sobre el impacto de la radio y la televisión en

la sociedad y refleje el espíritu crítico y creativo de los que tienen algo que decir sobre estos influyentes medios de comunicación.

El país cada vez cuenta más con el extenso y responsable ejercicio de la libre expresión a través de los medios de comunicación, la crítica debe ser norma cotidiana y la confrontación de pareceres alimentarse para enriquecer el debate civilizado, elemento esencial de la comunicación social. La nueva era de crecimiento con justicia y estabilidad que habremos de alcanzar requiere, sin duda, del esfuerzo renovado y la concurrencia de voluntades, de entre ellos, de manera destacada. Los medios, en especial los denominados masivos, deben formar parte activa e intencionada de la democratización general que reclama el país.

La democratización, tan buscada y peleada, quedará inmadura si no somos capaces de idear un sistema eficaz de acceso, de derecho y defensa de la ciudadanía frente a los usos incorrectos y abusivos de los instrumentos masivos de comunicación, no se pretende soluciones reglamentarias de carácter coactivo, sino que en el contexto de la exigencia ciudadana se evitarán asociaciones especiales y muchas veces sigilosas entre ellos, como ocurre cada vez que se otorgan o renuevan concesiones, o en lo tocante al cumplimiento de las obligaciones legales en materia de programación radifónica y televisiva.

Como proyecto para la democratización de los medios electrónicos de comunicación primeramente sería dedicarle más recursos. Después, abrir la posibilidad de comunicación a todos los sectores representativos de la sociedad que es donde se encuentra un enorme bloque ya que los medios masivos, con excepción de la prensa escrita, están totalmente cerrados a la manifestación de las políticas plurales. La radio y la televisión no reflejan esas inquietudes políticas de los mexicanos ni se abren espacios de discusión y debate porque esos foros siempre han estado cerrados. La expresión plural no se acepta sobre todo en círculos de poder, que no reconocen la transformación social que se debe vivir y piensan sólo en la hegemonía de su grupo, cuando la están perdiendo. Aun así el grupo en el poder cuenta con todos los foros del gobierno, y no la oposición. Por otra parte se debe conservar y ejercer el derecho a la libertad de expresión que sí tenemos, aunque en muchas de las veces solo formalmente, lo que no hay es modo de comunicarla, debemos hacer unidos que los medios de comunicación, sean elementos insuperables para la liberación del hombre.

Si la democracia supone la capacidad de optar entre ofertas políticas diferentes, entonces la información sobre los diagnósticos y propuestas de las distintas agrupaciones políticas es con conocimiento de causa. Y esa información es modulada por los grandes medios de comunicación. De esta

forma se haría posible la democratización de los medios electrónicos y es factible una distribución equitativa de los beneficios de las comunicaciones.

La gran tarea que se tiene para los que no estamos de acuerdo en la forma en que se desarrolla el país es no perder esta oportunidad histórica, gigantesca que tenemos, de transformar a México por vías no violentas.

No debe negociarse con el gobierno utilizando o comprometiendo la radio y/o la televisión. Por el contrario, se debe crear medios masivos de comunicación respetables, veraces, fidedignos y exigirles al personal que presta dichos servicio que actúen con honorabilidad en su trabajo y en sus relaciones con las personas.

Se tiene que eliminar a los grupos de informadores y se debe crear equipos de comunicadores. Los grupos se forman en torno a una ideología, posiblemente para alcanzar los más nobles ideales y pueden ser todo lo respetable que se quiera, pero la comunicación no se enriquece con una política de grupos.

Otra de las necesidades de la Nueva Ley Federal de Radio y Televisión es la defensa de los derechos de los radioescuchas y televidentes, frente a los medios y sus mensajes, se debe fijar obligaciones para con la sociedad, a lo que serían entonces las empresas de difusión de interés social.

El principio rector que debe presidir la regulación en materia de radio y televisión es atribuirles el carácter de entidades de servicio público y su finalidad es alcanzar un interés público. Teniendo como objetivo imperativo despojar a la información, especialmente a la información política, de su carácter de pura mercancía, para ponerla al alcance de los usuarios, radioscuchas y televidentes. El gobierno ha permitido la explotación de estos medios y su adulteración con el mercantilismo.

La tarea a la que debemos abocar, los interesados en los medios electrónicos de comunicación, es la de transformar al país por vías no violentas. México tiene la posibilidad de un cambio que no pase por el derramamiento de sangre sino dentro de las normas constitucionales. Para hablar de una comunicación democrática, a la que aspiramos, primero tenemos que conformarnos como sociedad democrática.

Los lineamientos a seguir por la administración actual es la creación de un órgano descentralizado, dirigido por la sociedad civil, que agrupe a las unidades administrativas, direcciones y dependencias que se relacionen en forma directa con los medios de comunicación electrónicos; una definición clara de los conceptos de: integración nacional, convivencia humana, moral social, dignidad humana, vínculos familiares, nivel cultural del pueblo, propiedad del idioma,

valores de nacionalidad, convicción democráticas, culturas populares, etc., que comprenda las nuevas inquietudes de la sociedad como es la demanda de participación que se traduce en exigencia de democracia y pluralismo; la dotación al área de la comunicación de medios audiovisuales propios, terminar con la relación de censura y corrupción que implica erradicar las prácticas autoritarias y prepotentes, particularmente de los encargados de las llamadas áreas de comunicación social del gobierno e implantar una política de apertura.

La comunicación electrónica exige un marco legal, moderno y eficaz que garantice el derecho de la sociedad mexicana a estar bien informada. Evitando sostener al régimen autoritario que padecemos, apoyado por la empresas concesionadas que se sirven del gobierno para exaltar una política contraria al interés nacional. Se debe permitir que las empresas beneficiadas por las concesiones ejerzan la libertad que no conoce: la de criticar abiertamente al gobierno.

Ante este panorama, urge revisar y crear la nueva Ley Federal, que por el paso del tiempo ha perdido vigencia y por su ambigüedad sólo ha favorecido a los concesionarios, no respondiendo a las necesidades de comunicación y servicios social a que están obligados.

Como propósito a mediano plazo, el órgano descentralizado deberá primero asumir su carácter autónomo, en el plano de la comunicación y propiciar la generación del potencial humano y técnico. En cuanto a su proyecto, éste deberá ser una alternativa real, lejos de reproducir lo ya existente tanto en la radio y la televisión privada como en las del gobierno. Mientras tanto, urge replantear los convenios de espacios concedidos tanto por RTC como por empresas privadas, para que el público perfile una nueva opción en el medio.

Exigir al gobierno federal que cada año el órgano descentralizado presente ante el Congreso de la Unión y pormenorizadamente, su gasto público y defina los criterios que transparenten el otorgamiento de recursos que ejerzan provenientes de los sectores público, paraestatal, y /o privado.

Otro punto a destacar, en la nueva radio y televisión que se requiere, es el de la cultura misma que debe reivindicarse puesto que en el sentido tradicional del término, ésta sola ha sido beneficio de una minoría; para democratizarla es necesario un cambio en la orientación del presupuesto porque es siempre el renglón menos atendido.

Habrà la necesidad de sensibilizar a los políticos de nuestro país para que no sigan marginando en los medios electrónicos a la cultura, tomándola

únicamente como un instrumento de lucha, ya que el gobierno ha logrado descalificarla e identificarla exclusivamente ligada a las luchas populares.

Habrá que erradicar de fondo las manifestaciones autoritarias e impulsar una cultura para la democracia. Sin democracia no puede concebirse la modernidad, en México se tiene que promover un gran cambio, debemos formar parte de éste, lo estamos descubriendo cada vez más en la política, pero a través de los medios de comunicación tenemos que llegar más lejos, hacia el pluralismo cultural y educativo.

Es recomendable un cambio en los hábitos y procedimientos políticos, es sabido que la viabilidad de un proyecto de país descansa no sólo en el progreso social y económico, sino también en el desarrollo de su cultura, enemigos de dicho desarrollo son la economía de mercado y la cultura de consumo, la escasez de recursos económicos destinados al fomento de la cultura, es el resultado de la política económica del régimen actual y el desinterés del gobierno por estos rubros en favor de la sociedad en general, es el estilo propio de los tecnócratas.

Si desde los años setenta el uno por ciento de la deuda externa contraída y/o canalizada, en muchas ocasiones ilegítimamente por el gobierno, se hubiera

destinado a la investigación científica y técnica, es decir, a la educación, ya tendríamos el elemento humano capaz de generar riquezas suficientes.

Lo anterior se refleja en males que aquejan al quehacer de educación y cultural mexicano, como es el carácter reducido del mercado nacional, de los productos y servicios que ofrece la fuerza de trabajo intelectual y artística; la necesidad en los trabajadores de la cultura de vender su independencia al gobierno y a la incitativa privada; la competencia que por ello mismo surge entre los trabajadores de la cultura y que suele llevarlos a organizarse en grupos de poder o mafias con aspiraciones monopólicas y a las nefastas políticas de los medios masivos de comunicación, sobre todo en la radio y la televisión tanto estatal como privada.

La esencia de la descentralización de la cultura radica en el respecto y fomento a la diversidad cultural de la nación y en la urgencia de facilitar el acceso de la sociedad a los bienes culturales en los ámbitos estatal y municipal, incrementando y apoyando la capacidad de autogestión de las propias comunidades.

Para diseñar una política cultural en los medios de comunicación electrónicos capaz de establecer nuevas opciones se propone: crear conciencia del valor de las diferentes manifestaciones culturales que se dan en todo el territorio y

combatir la discriminación y las jerarquías culturales; pugnar por mayores recursos para educación y cultura y respetar la autonomía de las organizaciones culturales; la descentralización de recursos destinados al desarrollo cultural; fomentar la autogestión cultural de las organizaciones sociales, étnicas y regionales y promover cooperativas de producción y consumo de bienes artísticos y artesanales; vincular la cultura propia a los contenidos de la educación; propiciar la interacción sociocultural entre regiones, y fomentar el intercambio entre los diversos aspectos de la cultura mexicana.

Falta rigor profesional a la programación cultural de México, la polémica se confunde con el insulto y la difamación, la cultura no se enriquece con una política de grupos; ni los buenos locutores culturales ni los espectadores han aumentado en proporción al número de programas.

En primer término hay un deber de respeto hacia el pueblo, su historia, sus valores y su cultura, pero sin caer en la tentación de que los órganos de supervisión y vigilancia de la radio y la televisión se conviertan en un policía de estos medios. La sociedad tiene que contar con un sistema democrático cultural en el que ella misma exprese su historia, sus tradiciones, sus deseos, sus esperanzas, y que no sea una interpretación caricaturesca. Esto corregiría a los medios, les daría vigor suficiente para mantenerlos en sintonía con la

sociedad misma, demostrando de esta forma que México es una sociedad pluricultural, plurilingüística y pluriétnica.

Otro de los compromisos del órgano descentralizado debe ser el que se lleve a cabo programas permanentes de educación sexual, de manera eficiente en todo el país, contando con los medios de comunicación para una amplia difusión que permita sensibilizar a la sociedad y se cambien las deformaciones sobre la sexualidad.

También debe construir puentes entre el sistema político que vivimos y los nuevos grupos que pretenden gobernar, vertiendo ambas tendencias en democracia y que el gobierno abandone su idea tutelar y patrimonialista de administrar la verdad en los medios informativos.

Con libertad de los medios de comunicación y con información garantizada, las campañas políticas dejarán de ser una competencia dirigida a los sentidos, especialmente a los ojos, para convertirse en una lucha de ideas.

Los candidatos y los partidos, dejarán de buscar impresionarnos con miles y miles de gallardetes de colores y de retratos espectaculares y buscarán dirigirse a la inteligencia de los votantes.

Los debates dejarán de ser algo aislado y manipulado, para multiplicarse y convertirse en la parte central de las campañas, los votantes irían a las urnas en estas nuevas circunstancias, bien informados para emitir un voto que será el resultado no de la publicidad apabullante, sino de la reflexión basada en información suficiente.

Es de suma importancia la erradicación de las concesiones actuales, no con el objeto de estatizar los medios, sino de entregarlos a la sociedad civil para que se manifieste quienes realmente corresponde manejarlos, como son los profesionales de la educación, los periodistas y los diferentes gremios y organizaciones independientes que no tienen acceso actualmente a ellos. La falta de democracia es tal, que el gobierno no ha permitido a ningún grupo de oposición abrir una radiodifusora, y si en ocasiones el gobierno permite la libertad de expresión en la prensa escrita es porque sabe que no llega a los millones que alcanzan los medios electrónicos.

Lo que ya no se debe permitir es seguir admitiendo que los medios patrimonio de la nación y concesionados a unos particulares sigan estando siempre en las mismas manos. Dada la importancia y peso específico del super consorcio, es imprescindible reflexionar sobre su contribución, o no, al proceso democratizador.

Se debe crear los satisfactores para cubrir la necesidad de poner en marcha mecanismos efectivos de comunicación para elevar la cultura política, abatir el abstencionismo, fomentar la participación ciudadana en la discusión de los problemas nacionales y en las tareas de gobierno y propiciar el pluralismo y la tolerancia como vías de concertación.

En la construcción de la democracia, resulta imperativo ganar para ésta los espacios de la comunicación social. Para ello, lo primero que debe modificarse es la relación viciada que establecen la intimidación, la represión, complicidad y manipulación entre medios de comunicación y el poder público.

Es compromiso de todos suprimir los mecanismos directos y velados de censura y control que operan en los medios de comunicación, provengan de instancias gubernamentales, privadas o sociales. Previa revisión del caso, crear mecanismos para que aquellos trabajadores de la comunicación que sean privados de su espacio de expresión lo recuperen, tanto en los medios públicos como en los privados.

Hacer posible que se verifique día con día la libertad de expresión al manifestar libremente y sin cortapisas en radio y televisión muestras de la pluralidad de pensamiento que existe en nuestra nación.

Verificar el cumplimiento y corregir las imprecisiones de la Nueva Ley Federal de Radio y Televisión que en materia de publicidad perjudica mayormente a los niños y exigir a los representantes de los medios electrónicos de los sectores público y privado a impulsar barras formales de espacios de contenido dedicados a los infantes, recuperando y proyectando valores, tradiciones y raíces culturales.

Se debe entender que un niño es una persona con necesidades, derechos y digno de todo respecto. En ese sentido, nuestro concepto de radio infantil es hacer de este medio un vehículo que propicie su autoestima, independencia, imaginación, creatividad, espíritu de investigación y sentido crítico.

Es necesario la construcción de un nuevo marco para el uso de las concesiones de radio y televisión que el Estado otorgo, con la finalidad de que haya más opción en los medios y que sirvan, efectivamente, a la sociedad, alentando con ello una competencia de iniciativas múltiples y creativas, que sin desconocer que la comunicación puede constituir una actividad lucrativa, garantice una oferta de alta calidad, que fortalezca la conciencia pública y el conocimiento de las realidades del país, así como de las opciones políticas, culturales y artísticas y las oportunidades de desarrollo económico y social.

Los medios de comunicación electrónica, concesionados y del Estado, deben funcionar a fin de satisfacer las necesidades culturales y educativas del pueblo mexicano, concibiéndose como un medio de expresión de la sociedad política, pero también de la sociedad civil, grupos y organizaciones que no tienen acceso a los medios, donde el pluralismo debe ser la pauta; emplearlos para generar un cambio de mentalidad, de actitud de carácter civil, en los que participen sectores sociales tradicionalmente marginados o que hoy tienen una presencia significativa en la vida nacional: partidos políticos, grupos ecologistas, tercera edad, jóvenes del campo y la ciudad, feministas, estudiantiles, cooperativas, etcétera; erradicar el enfoque esencialmente comercial con que hasta ahora se han manejado la radio y la televisión, no siempre en beneficio de los intereses nacionales; modificar los criterios para otorgar las concesiones y redistribuirlas entre los grupos antes citados; apoyar expresiones de cultura indígena y popular haciendo énfasis en nuevas formas de expresión de grupos emergentes, siempre en el cumplimiento a la lealtad que se debe tener hacia la opinión pública.

Para cumplir con estas finalidades es necesario que se eleve a rango Constitucional la obligatoriedad para los medios de comunicación, estatales o privados, de difundir las expresiones de todos los sectores sociales y para que la comunicación social sea considerada como un servicio público.

En cuanto a los denominados tiempos oficiales la participación social que se planeó al promulgarse la Ley Federal de Radio y Televisión es hoy más difícil en una radio y televisión sujeta a las leyes del mercado, habría que desempolvarlos para revisarlos, replantearlos e incorporarlos a las verdaderas necesidades sociales.

Es necesario dar un uso social a las modalidades del tiempo oficial en los medio electrónicos, para abrir espacios permanentes de discusión de los asuntos de interés nacional, utilizando el 12.5 por ciento en radio y televisión del que dispone el gobierno federal, no sólo para campañas gubernamentales, sino también en apoyo de ciudadanos y organizaciones civiles, garantizando una distribución equitativa e imparcial, y revisión del régimen fiscal de los concesionarios.

Es necesario sugerir que la legislación de radio y televisión tome en cuenta lo relativo a el derecho de terceros, la dignidad personal, la calumnia, la injusticia y el respecto a la vida privada, así como determinar las responsabilidades de los comunicadores, el derecho de rectificación y de réplica.

Los medios de comunicación deben ser el parlamento diario de la sociedad, pues sin él los otros tres poderes caen en la tentación de comportarse como si

el único poder legítimo real fuese el poder de los gobernantes. Defender este poder social es tarea de todos.

III.4. Propuestas

Para iniciar este punto debemos partir de la idea de que cualquier propuesta debe estar fundamentada en un análisis serio de la sociedad mexicana actual; es decir, de un estudio que sea capaz de captar la magnitud de los fenómenos jurídico-sociales, políticos y económicos que encierra la radio y la televisión.

Por el trabajo de investigación realizado se deduce que proceden las siguientes propuestas:

- I. Derogar la Ley Federal de Radio y Televisión.**

- II. Determinar en la Constitucional la obligatoriedad para los operadores de los medios electrónicos de comunicación de difundir las expresiones**

de todos los sectores sociales y que la comunicación social sea considerada como un derecho de la sociedad.

III. Elaborar la Nueva Ley Federal de Radio y Televisión, consultando a los sectores representativos de la sociedad, que contemple los siguientes aspectos:

1. Redacción clara en la definición de los conceptos, reflejando un espíritu crítico y creativo.
2. Satisfacción de las necesidades culturales y educativas del pueblo mexicano, concibiéndose como un medio de expresión de la sociedad civil, es decir, de grupos y organizaciones que en la actualidad no tienen acceso a los medios, imperando el pluralismo.
3. Empleo de los medios electrónicos de comunicación para generar un cambio de mentalidad y de actitud de carácter civil, en los que participen sectores sociales tradicionalmente marginados y/o que cuentan con una presencia significativa en la vida nacional, como son: partidos políticos, grupos ecologistas, tercera edad, jóvenes

del campo y la ciudad, feministas, estudiantiles, cooperativas, etcétera.

4. Otorgamiento de concesiones o permisos únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos, constituidas éstas conforme a las leyes de nuestro país.
5. Erradicación del enfoque esencialmente comercial con que hasta ahora se han manejado la radio y la televisión, no siempre en beneficio de los intereses nacionales.
6. Apoyo a las expresiones de cultura indígena y popular haciendo énfasis en nuevas formas de expresión de grupos emergentes, siempre en el cumplimiento a la lealtad que se debe tener hacia la opinión pública.
7. Creación, por conducto del Poder Legislativo, de un órgano descentralizado dirigido por la sociedad civil, cuya finalidad sea la de supervisar y vigilar el acceso, derecho y defensa de la sociedad frente a los usos incorrectos y abusivos de los prestadores del servicio de la radio y la televisión; que promueva

el potencial humano y técnico que actúe en el mismo; que verifique la equitativa distribución de los beneficios de estos medios; que presente cada año ante el Congreso de la Unión, pormenorizadamente, su gasto público y defina criterios que transparenten el otorgamiento de sus recursos; que tenga representación en cada una de las entidades federativas; que haga del conocimiento público los procedimientos y resultados del ejercicio de sus facultades.

8. Desarrollo de medios de comunicación veraces y fidedignos, y exigirles al personal que presta dicho servicio que actúe con honorabilidad, eficiencia y eficacia en su trabajo.
9. Eliminación del carácter de mercancía a la información, dejándola al alcance de los radioescuchas y televidentes.
10. Supresión de los mecanismos directos y velados de censura y control, así como la prácticas autoritarias y prepotentes que operan en los medios de comunicación, provenientes de instancias gubernamentales, privadas o sociales, implantando una política de apertura.

11. Atribución del carácter de entidades de servicio público a los medios electrónicos de comunicación cuya finalidad sea alcanzar un interés público.
12. Visualización de lo referente a las transmisiones por cable, por vía satélite, videos y ultrafrecuencia.
13. Replanteamiento de los objetivos y manejo de estos medios en cuanto a las concesiones y los permisos, con el objetivo de evitar que los bienes propiedad de la Nación sean poseídos por monopolios o concentrados en pocos y/o los mismos grupos, brindando un mayor apoyo a las estaciones culturales, de experimentación y de escuelas radiofónicas, primordialmente a nivel estatal y municipal.
14. Reivindicación del concepto de cultura, con el objetivo de alcanzar el pluralismo y la democracia, y eliminar la cultura de mercado y de consumo, fomentando la diversidad de la misma.
15. Impulso de la conciencia del valor de las diferentes manifestaciones culturales que se dan en todo el territorio y combatir la discriminación y las jerarquías culturales.

16. Vinculación de la cultura propia a los contenidos de la educación, propiciando la interacción sociocultural entre regiones, y fomentar el intercambio entre los diversos aspectos de la cultura mexicana, con la finalidad de demostrar que nuestro país es una sociedad pluricultural, plurilingüística y pluriétnica.
17. Fomento de que las campañas políticas dejen de ser una competencia dirigida a los sentidos para convertirse en una lucha de ideas, no con el propósito de refir sino de unificar criterios.
18. Creación de los satisfactores para cubrir la necesidad de poner en marcha mecanismos efectivos de comunicación para elevar la cultura política, abatir el abstencionismo, fomentar la participación ciudadana en la discusión de los problemas nacionales y en las tareas de gobierno y propiciar el pluralismo y la tolerancia como vías de concertación.
19. Consideración de los niños como entes con necesidades y derechos, dignos de todo respeto, haciendo de la radio y la televisión un vehículo que propicie su autoestima, independencia,

imaginación, creatividad, espíritu de investigación, sentido crítico y su identificación en la sociedad.

20. Reestructuración e incorporación de los denominados tiempos oficiales a las verdaderas necesidades sociales, garantizando una distribución equitativa, imparcial y en efectivo del régimen fiscal de los concesionarios.

21. Contemplación de lo relativo al derecho de rectificación, el derecho de réplica, el derecho de terceros, la dignidad personal, la calumnia, la injusticia y el respeto a la vida privada, así como determinar las responsabilidades de los comunicadores.

22. Aplicación de las figuras jurídicas de nulidad, caducidad y revocación en forma correcta y bajo la supervisión del órgano descentralizado referido.

23. Implementación de un sistema de responsabilidades y sanciones, eficaz y eficiente, para los concesionarios o permisionarios de la radio y la televisión que incurran e incumplan la Nueva Ley o disposiciones afines, dando a conocer públicamente las causas resultados de las mismas.

- 24. Delimitar las facultades de las Secretarías de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Educación Pública y Salud, primordialmente de la primera.**

Cualquiera que sea la labor que cada mexicano tenga encomendada, se haga bien, con responsabilidad y pensando siempre en la grandeza de nuestro país, transformarlo por vías no violentas.

CONCLUSIONES

PRIMERA. La falta de moralidad y la ambición desmedida de los grupos de poder, aunado a la aceptación de la sociedad son el origen y causa de los problemas económicos, políticos y sociales que agobian a México.

SEGUNDA. Una de las principales causas de pasividad, conformismo y apatía de la sociedad es la influencia ejercida por los medios electrónicos de comunicación.

TERCERA. La elevación a rango Constitucional de la obligatoriedad, de los operadores de la radio y la televisión, de difundir las expresiones de todos los sectores sociales y que la comunicación social sea considerada como un derecho de la sociedad, implicaría, al principio, que al menos formalmente se contara con una base legal, posteriormente es compromiso de todos llevarlo a la práctica.

CUARTA. La pluralización de los medios electrónicos de comunicación tiene por consecuencia la democratización de los mismos, es decir, la manifestación de expresiones de diversos sectores de la sociedad que en la actualidad se encuentran marginados, equilibrando de esta forma a los grupos de poder, con el objeto de alcanzar una mayor distribución de los bienes de esta Nación.

QUINTA. Si se quiere lograr la grandeza de México es necesario la inculcación de actitudes para satisfacer necesidades del hombre, para que éste pueda alcanzar su pleno desarrollo material y espiritual como persona, como miembro de familia, de la agrupación profesional, del municipio, del Estado y de la comunidad internacional, siendo la radio y la televisión medios idóneos para alcanzar esta finalidad.

SEXTA. Por lo que al ser la Radio y la Televisión canales de comunicación es necesario la creación de una nueva Ley Federal de Radio y Televisión acorde a las necesidades de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES NORMATIVAS

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada.** Procuraduría General de la República-Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, Serie A: Fuentes, b) Textos de Estudios Legislativos, Núm. 59. 5ta. Edición. México, 1994.
- **Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.** Leyes y Códigos de México. Editorial Porrúa, S.A. México, 1994.
- **Ley de Vías Generales de Comunicación.** Leyes y Códigos de México. Editorial Porrúa, S.A. México, 1995.
- **Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento.** Ediciones Delma. S.A. de C.V. México, 1995.

- **Ley General de Bienes Nacionales. Leyes y Códigos de México. Editorial Porrúa, S.A. 30a. Edición. México, 1994.**
- **Ley General de Salud. Leyes y Códigos de México. Editorial Porrúa, S.A. 10a. Edición. México, 1993.**
- **Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Furon Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal. Leyes y Códigos de México. Editorial Porrúa, S.A. 55a. Edición. México, 1995.**

OTRAS FUENTES

- **FUENTES, Gloria. Historia de las Comunicaciones y Transportes en México, La Radiodifusión. Secretaría de Comunicaciones y Transportes-Dirección General de Comunicación Social. México 1987.**

- **PORRÚA PÉREZ, Francisco. Teoría del Estado. Editorial Porrúa, S.A. 6a. Edición. México, 1971.**

- **Historia de la Televisión en México. Educación (Volumen II). Foro de Consulta Popular de la Comunicación Social-Comunicación Social-Secretaría de Gobernación. Talleres Gráficos de la Nación. México, 12 de diciembre de 1983.**

- **La Radio en México. Soberanía e Identidad Social (Volumen II). Foro de Consulta Popular de la Comunicación Social- Secretaría de Gobernación. Talleres Gráficos de la Nación, 11 de noviembre de 1983.**

- **Folleto de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, presentado en la Exposición de Comunicación y Transportes de octubre de 1991 en la sede la SCT.**

- **Diccionario Jurídico Mexicano (P-Z). Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Editorial Porrúa, S.A.-Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1995.**

- **Enciclopedia de México. 3ra. Edición. Editora e Impresora Mexicana, S.A. de C.V. México 1978. Tomo 11 y 12.**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo IV, Núm. 116, del 31 de octubre de 1916 (Decreto Relativo a Permisos para el Establecimiento de Estaciones Radiotelegráficas).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo XXXV, Núm. 46, del 26 de abril de 1926 (Ley de Comunicaciones Eléctricas).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXVII, Núm. 53, del 31 de agosto de 1931, Sección Segunda (Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXVIII, Núm. 20, del 25 de septiembre de 1931, Sección Primera (Decreto que Establece el Servicio de Anuncios Comerciales por Radiodifusión, en Conexión con la Red Telegráfica Nacional).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXIV, Núm. 22, del 28 de septiembre de 1932, Sección Segunda (Ley de Vías Generales de Comunicación).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo LXXIX, Núm. 7, del 10 de julio de 1933 (Reglamento del Capítulo VI del Libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo XCIX, Núm. 41, del 30 de diciembre de 1936, Sección Primera (Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas, Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y Aficionados).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXI, Núm. 46, del 28 de diciembre de 1938 (Decreto que Aprueba la Convención Interamericana sobre Radiocomunicaciones).**

- **Diario Oficial Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXVI. Núm. 27, del 3 de octubre de 1939, Sección Segunda (Decreto que Promulga la Convención Interamericana sobre Radiocomunicación).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXVIII, Núm. 41, del 19 de febrero de 1940, Sección Segunda (Ley de Vías Generales de Comunicación).**

- Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CXXXII, Núm. 15, del 20 de mayo de 1942 (Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados).

- Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CLXVI, Núm. 33, del 10 de febrero de 1948, Sección Primera (Decreto que Aprueba la Convención Interamericana de Comunicaciones).

- Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CLXXVIII, Núm. 36, del 11 de febrero de 1950, Sección Primera (Decreto que Fija las Normas a que se Sujetarán en su Instalación y Funcionamiento las Estaciones Radiodifusoras de Televisión)

- Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXXXVIII, Núm. 15, del 19 de enero de 1960 y sus reformas (Ley Federal de Radio y Televisión).

- Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCLXXIII, Núm. 16, del 18 de noviembre de 1965, Sección

Segunda (Decreto por el que se Promulga el Texto del Reglamento de Radiocomunicaciones, Suscrito por México en Ginebra en 1959)

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXCV, Núm. 1, del 01 de julio de 1969 (Acuerdo por el que se Autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a Expedir nuevos Títulos de Concesión a los Actuales Concesionarios en Materia de Radio y Televisión).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCXCVIII, Núm. 22, del 27 de enero de 1970 (Decreto que Reforma los Artículos 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXVII, Núm. 24, del 4 de abril de 1973 (Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXXVII, Núm. 41, del 31 de diciembre de 1974 (Decreto por el que Reforma y Adiciona la Ley Federal de Radio y Televisión)**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXII, Núm. 6, del 19 de noviembre de 1980, Sección Primera (Decreto por el que se Reforman Diversos Artículos de la Ley Federal de la Radio y Televisión).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXX, Núm. 6, del 11 de enero de 1982, Sección Primera (Decreto de Reformas y Adiciones de la Ley Federal de la Radio y Televisión).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCLXXVII, Núm. 18, del 25 de marzo de 1983 (Decreto por el que se Crea el Organismo Denominado Instituto Mexicano de la Televisión y Decreto por el que se Crea el Organismo Denominado Instituto Mexicano de la Radio)**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CCCXCIV, Núm. 8, del 13 de enero de 1986 (Decreto de Reforma a la Ley Federal de la Radio y Televisión)**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDXXV, Núm. 9, del 13 de febrero de 1989 (Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDXLIII, Núm. 11, del 15 de agosto de 1990 (Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXI, Núm. 18, del 24 de diciembre de 1992 (Ley Federal de Protección al Consumidor).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXVIII, Núm. 9, del 13 de julio de 1993 (Ley General de Educación).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXXIII, Núm. 23, del 31 de diciembre de 1993 (Reglamento Interior de la Secretaría de Salud).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo CDLXXXVI, Núm. 20 , del 26 de marzo de 1994 (Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública).**

- **Diario Oficial. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo DI, Núm. 16, del 21 de junio de 1995 (Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes).**

- **Diario de Debates de la Cámara de Diputados. XLIV Legislatura. Tomo 1, Núm. 21, del 10 de noviembre de 1959 (Comisión de la Industria de la Radio y Televisión de la Cámara de Diputados para Estudio y Dictamen de la Iniciativa de la Ley Federal de Radiodifusión).**

- **Anuario Estadístico 1989. Secretaria de Comunicaciones y Transportes- Litografía Delta, S.A. México 1990.**

- **Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Talleres Gráficos del INEGI. México, Marzo de 1994.**