



98

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**LA TELEVISION EN MEXICO COMO UN SERVICIO
PUBLICO.**

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

DIRECTOR: MTRO. ALFONSO NAVA NEGRETE.

2000

282606



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

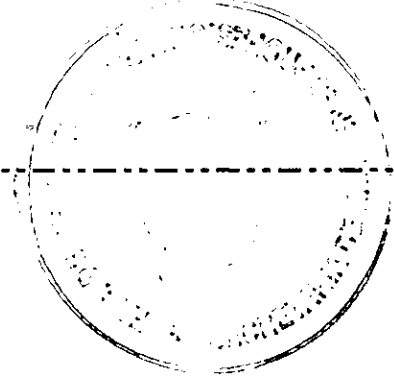
DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AL TODOPODEROSO:

Mi eterno agradecimiento por haber permitido culminar con éxito este escalón de la vida y por protegerme en todo momento.



A MIS QUERIDOS PADRES:

Con agradecimiento por haberme dado el Don invaluable de la vida y especialmente con todo mi cariño a mi madre Rosaura Romero Espíndola, gracias a su constante esfuerzo y la inapreciable enseñanza encaminada a mostrarme el amor y valoración a la educación académica y profesional, lo que constituye el más preciado legado que pudo otorgarme.

A mi padre José Sergio Castañeda Ortiz por su apoyo para mi formación y sus consejos.

A MIS QUERIDOS HERMANOS:

Janneth, Sergio Israel y Mahelzi Castañeda Romero, gracias por creer en mí, por su cariño y por ser un impulso muy importante en mi vida, motivándome a seguir siempre adelante, por constituir un invaluable tesoro en mi vida, los quiero profundamente.

A MI GRAN AMIGA:

Con mucho cariño a mi amiga Amparo Castillejos Castillo, por su amistad y su enorme apoyo para llegar a este momento tan importante en mi vida, a quien considero por todo lo compartido, como una hermana que el destino me mando como parte de los regalos de esta vida.

AL LIC. FRANCISCO ESPINOSA
MAURINO.

Un especial agradecimiento por su valioso apoyo en el inicio de la realización de este trabajo, motivándome enormemente para seguir, brindándome sus consejos y su amistad.

AL LIC. ROSENDO VELOZ
CENJENO

Un infinito agradecimiento por confiar en mi capacidad y por incentivar me de manera definitiva e importante a concluir satisfactoriamente con mi meta. Mi respeto, cariño y admiración.

AL ILUSTRE MRRO. ALFONSO
NAVA NEGRETJE:

A quien respeto, con cariño al merecido reconocimiento por su gran apoyo para la realización de este trabajo, el cual no hubiese sido posible sin su asesoría, con reconocimiento a su fina sensibilidad jurídica, profesional y humana.

A TODOS MIS MAESTROS:

Por la formación académica que recibí, desde el inicio hasta la presente etapa, muchas gracias.

AL LIC. JULIAN COLLADO
CORONA.

Con todo mi agradecimiento por compartir su gran conocimiento profesional y humano, por permitirme un desarrollo con calidad humana, por sus valiosos consejos para culminar esta trabajo y por distinguirme con su amistad.
Gracias por todo lo aprendido y sobre todo por convertirse en mi mejor amigo.

AL LIC. PEDRO NOGUERON
CONSUEGRA.

Por su infinita e innata capacidad formativa y su invaluable estímulo y consejo académico, que me sirvieron de guía en este importante proceso.
Gracias por su apoyo.

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN:

- 1) LE DICEN AL HOMBRE DE MASA QUIÉN ES:
LE PRESTAN UNA IDENTIDAD;
- 2) LE DICEN QUÉ QUIERE SER: LE DAN
ASPIRACIONES;
- 3) LE DICEN CÓMO LOGRARLO: LE DAN UNA
TÉCNICA;
- 4) LE DICEN COMO PUEDE SENTIR QUE ES ASÍ,
INCLUSO CUANDO NO ES: LE DAN UN ESCAPE.

C. WRIGHT MILLS.

INDICE

PROLOGO.....	1
---------------------	----------

CAPITULO I. ANTECEDENTES

A) ANTECEDENTES DE LA TELEVISION.....	2
--	----------

1.- NACIMIENTO Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN	2
2.- BBC DE LONDRES	4
2.1.- EMISIONES	5
2.2.- EFECTOS DE LA 2ª GUERRA MUNDIAL	5
2.2.1.- LA POSGUERRA	5
2.3.- LA BBC EN LA ACTUALIDAD	6
2.4.- CAMBIOS RECIENTES	7
3.- RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA	8
4.- TELEVISIÓN ESTADOUNIDENSE	9

B) HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA.....	11
---	-----------

1.- ANTECEDENTES	11
2.- SURGIMIENTO DE TELEvisa	20
2.1.- TELEvisa HOY	21
2.1.1.- DIVISIONES Y SUBSIDIARIAS DEL GRUPO TELEvisa	22
2.1.2.- COBERTURA EN TELEVISIÓN	22
2.1.3.- PUBLICACIONES	23
2.1.4.- AUDIO	23
2.1.5.- TELEVISIÓN PAGADA	23
2.1.6.- OTRAS ACTIVIDADES	23
3.- DEL CANAL 13 A TV AZTECA	24
3.1.- CANAL 13	24
3.1.1.- ESTATIZACIÓN DEL CANAL 13	25
3.1.2.- DE CANAL 13 A IMEVISIÓN	26
3.1.3.- EL CANAL 7	27
3.1.4.- LA PRIVATIZACIÓN	28
3.1.5.- VENTA DE IMEVISIÓN	28
4.- TELEVISIÓN AZTECA	30

CITAS	32
--------------	-----------

CAPITULO II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A) CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.....	33
1.- CONCEPCIONES FUNCIONALISTA, ESTRUCTURALISTA Y MARXISTA	34
B) CONCEPTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	38
C) IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	41
1.- IMPORTANCIA ECONÓMICA	43
2.- IMPORTANCIA EDUCATIVA	47
2.1.- ¿ QUÉ ES LA EDUCACIÓN?	47
2.2.- MEDIOS Y EDUCACIÓN	47
2.3.- EL CASO DE MÉXICO	48
2.3.1.- LOS SEXENIOS PRESIDENCIALES LA TV Y LA EDUCACIÓN	52
2.3.1.1.- MIGUEL ALEMÁN VALDÉS (1946-1952)	52
2.3.1.2.- ADOLFO RUIZ CORTINES (1952-1958)	52
2.3.1.3.- ADOLFO LÓPEZ MATEOS (1958-1964)	53
2.3.1.4.- GUSTAVO DÍAZ ORDAZ (1964-1970)	53
2.3.1.5.- LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ (1970-1976)	54
2.3.1.6.- JOSÉ LÓPEZ PORTILLO (1976-1982)	54
2.3.1.7.- MIGUEL DE LA MADRID HURTADO (1982-1988)	55
2.3.1.8.- CARLOS SALINAS DE GORTARI (1988-1994)	55
2.3.1.9.- ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN (1994-2000)	56
3.- IMPORTANCIA SOCIAL	57
3.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD	57
3.2.- IDEOLOGÍA Y SOCIEDAD	57
4.- IMPORTANCIA CULTURAL	64
5.- IMPORTANCIA POLÍTICA	70
C I T A S	76

CAPITULO III. LAS TELECOMUNICACIONES

A) INICIO Y DESARROLLO DE LA TELECOMUNICACIÓN	77
B) REPERCUSIÓN CULTURAL.....	78

C) CONCEPTO.....	79
1.- HARDWARE	80
2.- SOFTWARE	80
3.- APLICACIONES	81
3.1.- COMPUTADORA PRINCIPAL CON TERMINALES	81
3.2.- TRANSFERENCIA DE FICHEROS	81
3.3.- RED INFORMÁTICA	82
4.- SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	82
D) PRIMEROS ORGANISMOS.....	83
1.- DESARROLLOS ACTUALES	84
E) DESCRIPCIÓN.....	85
1.- TELÉGRAFO	85
1.1.- SISTEMAS AUTOMATICOS DE TELÉGRAFO	86
1.2.- TELEIMPRESIÓN	86
1.3.- REPRODUCCIÓN FACSIMIL	86
1.4.- SERVICIOS TELEGRÁFICOS MODERNOS	86
1.5.- TELEX	87
1.6.- SERVICIO DE INTERCAMBIO POR BANDA ANCHA	87
2.- RADIO	87
1.- ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN	88
3.- TELEVISIÓN	90
4.- SATÉLITES	91
1.- HISTORIA Y DESARROLLO	92
2.- SATÉLITES DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	93
F) DERECHO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO	95
1.- RÉGIMEN LEGAL	95
1.1.- MÉXICO	95
C I T A S	99

CAPITULO IV. LA TELEVISIÓN COMO UN SERVICIO PÚBLICO EN MÉXICO

A) SISTEMA LEGAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA...	100
1.- MARCO CONSTITUCIONAL	100
2.- MARCO INTERNACIONAL	102
3.- MARCO LEGAL Y REGLAMENTARIO	103
3.1.- RÉGIMEN DE CONCESIONES Y PERMISOS	105
3.1.1.- TELEVISIÓN ABIERTA	106
3.1.2.- TELEVISIÓN RESTRINGIDA	107
3.2.- TELEVISIÓN POR SATÉLITES	111
3.3.- SECRETARÍAS DE ESTADO Y LA TELEVISIÓN	112
B) SERVICIO PÚBLICO.....	116
1.- GENERALIDADES	116
2.- CONCEPTO	117
3.- PRINCIPIOS GENERALES DEL SERVICIO PÚBLICO	121
4.- CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS	122
5.- FORMAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO EN MÉXICO	124
C) LA TELEVISIÓN COMO UN SERVICIO PÚBLICO	128
1.- NATURALEZA DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN	128
1.1.- ESTATAL	128
1.2.- ESTADOS	128
1.3.- PARTICULAR	130
2.- ¿POR QUÉ ES UN SERVICIO PÚBLICO LA TELEVISIÓN EN MÉXICO?	130
CITAS	134
CONCLUSIONES	135
BIBLIOGRAFÍA	137

PROLOGO

Crecemos al comunicarnos, es esa capacidad la que nos permite formarnos como individuos, para así construir la realidad en que vivimos, parto de esta situación para entender la importancia del tema que nos ocupa, en el cual considero todos debemos de participar, al encontrarnos inmersos en sus efectos.

Resulta de vital trascendencia crear una consciencia definida acerca de la importancia de los medios de comunicación, ya que estos dan nacimiento al moldeo de una sociedad, manejando su conducta y creando su formación inicial.

Los medios masivos de comunicación, en general y la televisión, en particular, están inmersos en el centro de un debate que involucra definiciones y propuestas autenticas, es decir se trata de un debate ideológico que trae aparejada la responsabilidad de los medios en relación con la sociedad y el Estado mismo.

El presente pretende otorgar un panorama global de la televisión en nuestro país, ya que considero que la importancia inherente al tema lo amerita, agregando lo indispensable que nos resulta un cambio en esta materia; y más si nos percatamos que el marco legal en el que se desenvuelve es, desde hace mucho tiempo insuficiente al no cubrir las necesidades de nuestra sociedad, al no evolucionar conforme a los agigantados pasos de la tecnología; por lo tanto, se debe de tomar en consideración la verdadera estructura que sostiene a la televisión para así proceder a trasnformarla.

CAP. I.- ANTECEDENTES

A) ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN:

1.- NACIMIENTO Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN

La historia del desarrollo de la televisión ha sido en esencia la historia de la búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes. El primero fue el llamado disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884. Era un disco plano y circular que estaba perforado por una serie de pequeños agujeros dispuestos en forma de espiral partiendo desde el centro. Al hacer girar el disco delante del ojo, el agujero más alejado del centro exploraba una franja en la parte más alta de la imagen y así sucesivamente hasta explorar toda la imagen. Sin embargo, debido a su naturaleza mecánica el disco Nipkow no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición.

Dentro de los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes tenemos el iconoscopio, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923, y el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después.

Para poder hablar de los antecedentes de este invento me debo referir también al ingeniero escocés, Baird, John Logie que nació el 13 de agosto de 1888 en Helensburg, Strathclyde; ocurriendo su deceso en 1946.

La palabra "televisión" hizo su aparición en 1900 durante una conferencia pronunciada en la Exposición Universal de París, y desde 1925 comenzaron a darse los primeros sistemas íntegros, como se podrá apreciar adelante.⁽¹⁾

Baird tuvo que abandonar el empleo de ingeniero electricista debido a su mala salud, por lo que se retiró a Hastings, East Sussex, en 1922. En estas circunstancias, se encontró con el tiempo libre suficiente para investigar modos de transmitir imágenes. Aunque otros científicos en Alemania y en Estados Unidos estaban al mismo tiempo realizando experimentos sobre este asunto; en 1926 el ingeniero escocés Baird inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la

oscuridad. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la I Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad. Baird fue el primero en hacer una demostración pública de su primitivo sistema de televisión, el 26 de enero de 1926, en el Soho, Londres.

En el transcurso de ese mismo año, sería el primero en transmitir imágenes de objetos en movimiento, en el Royal Institute de Londres, y en mostrar su noctovision, un sistema que usaba rayos infrarrojos para transmitir imágenes de una habitación a oscuras. Baird continuó sus investigaciones mediante el uso de líneas telefónicas, transmitió imágenes entre Londres y Glasgow en 1927, y al año siguiente, mediante ondas de radio, entre Londres y Nueva York. Fue también pionero de la televisión en color y de la televisión estereoscópica. La Compañía Baird para el Desarrollo de la Televisión, de su propiedad, suministró el primer programa para la BBC el 30 de septiembre de 1929.

Los primeros sistemas de televisión transmitían imágenes de 30 líneas, y Baird participó en el desarrollo de un sistema más complejo, con más líneas y que daba mayor definición a la imagen. Sin embargo, este sistema mecánico de 240 líneas fue sustituido por el electrónico de 405 inventado por EMI y Marconi; cabe mencionar que hoy en día las imágenes de televisión tienen entre 525 y 819 líneas.

Técnicamente, los orígenes de la radiodifusión se remontan un siglo atrás, pero tuvieron que pasar veinte años y una guerra mundial para que se desarrollaran las técnicas necesarias para poder enviar señales a grandes masas de receptores simultáneamente, por lo que hasta la década de 1920 no florecieron las grandes organizaciones radiodifusoras.

Los sistemas de radiodifusión reflejan las condiciones sociales y geográficas de cada país. Así, los Estados Unidos desarrollaron un sistema competitivo, dirigido al entretenimiento, y financiado con los ingresos de la publicidad, en cambio, en la Unión Soviética se desarrolló un sistema centralizado, controlado políticamente y dependiente también financieramente del gobierno, lo que le liberaba de la publicidad comercial y la necesidad de buscar el entretenimiento. Por su parte, en el Reino Unido, se favoreció la creación de un sistema también público, sujeto al control del gobierno, con una parrilla de programación mixta —entre el entretenimiento y la información— financiada principalmente a través de las tasas pagadas por los propietarios de los receptores de radio.

2.- BBC DE LONDRES

La British Broadcasting Corporation, conocida como la BBC de Londres, fue la primer pionera y mayor compañía de radiodifusión del Reino Unido, y una de las mayores del mundo.

La BBC, fundada en 1922, englobó a los fabricantes de radios, con lo que se convirtió de hecho en un monopolio, limitando los beneficios de las compañías y ejerciendo un control estricto sobre las emisiones. John Reith, su primer Director General, se convirtió en el constructor del sistema de telecomunicaciones públicas en el que los beneficios no desempeñaban un papel esencial. Así, la independencia respecto a los poderes fácticos financieros, y la relativa independencia también respecto a los poderes políticos, le permitieron cumplir con los principios de imparcialidad informativa, atención a las minorías y respeto a la radiodifusión como fuerza cultural importante; principios que se convertirían en las señas de identidad de esta organización.

Tras la huelga general de 1926, la compañía se convirtió en corporación en 1927, bajo el lema de "educar, informar y entretener (al público)" que se convirtió en el espíritu de las telecomunicaciones públicas, espíritu al que se añadiría la libertad para tratar temas polémicos o incluso inconvenientes para el gobierno de turno, que no obstante era el que concedía una licencia renovable y nombraba a los miembros del consejo rector, también encargados de determinar la cuantía de las tasas destinadas a la financiación del servicio.

Bajo el estricto control de Reith, la BBC ganó rápidamente una reputación de alta calidad, incluyendo en su programación espacios dramáticos, música de todo tipo, incluyendo conciertos, programas infantiles, noticiarios e informativos y programas religiosos, emitidos a la mayoría del público británico y respaldados por el magazine Radio Times desde 1923. La radiodifusión educativa comenzó en 1924, tras lo que se estableció desde 1926 un programa regional, al que siguieron los experimentos con la televisión en 1929 usando el sistema de John Logie Baird. Un servicio completo de televisión comenzó en 1936 y se mantuvo hasta 1939, año en el que el sistema mecánico de Baird fue sustituido por una versión electrónica más sofisticada. Otro gran logro de Reith fue la transmisión transoceánica, con la BBC World Service, pero en los años treinta ('la edad de oro de la radio'), la BBC se vio forzada a dejar de ser un monopolio al comenzar a recibirse emisoras comerciales que transmitían desde Francia.

2.1.- EMISIONES

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

2.2.- EFECTOS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

En 1939 la II Guerra Mundial forzó al cierre del servicio televisivo y, bajo las necesarias condiciones de censura, la British Broadcasting Corporation (BBC) Radio intentó dar un reflejo lo más fiel posible del transcurso de la guerra al tiempo que trataba de mantener en alto la moral de la población civil asediada por las bombas. En 1940 se creó un programa especial para los combatientes, en el que destacaron diversos cómicos y alguna cantante como Vera Lynn, la 'novia de los soldados'. El BBC World Service también creció desde 1938 comenzando a emitir en idiomas extranjeros, árabe primero, y después en la mayoría de los idiomas europeos, y el español (pensando en la península Ibérica —donde fue durante años escuchada como una emisora objetiva, frente a la radio que se hacía en España y Portugal controladas por la censura— y en América Latina).

De 1940 en adelante, con la ocupación nazi de casi toda Europa, la BBC se convirtió en el único emisor fiable, y en una fuente de esperanza para los resistentes de toda Europa. Varios jefes aliados, entre ellos el general Charles de Gaulle, enviaron mensajes a sus compatriotas desde los estudios de la BBC en Londres. Al acercarse el Día D, los mensajes cifrados se enviaron a los hombres y mujeres que colaboraban desde la Europa continental al éxito de la invasión.

2.2.1.- LA POSGUERRA

La BBC había crecido durante la guerra y los problemas de reconstrucción eran enormes. Los servicios de televisión se restablecieron en 1946 con gran éxito, destacando la boda en 1947 de la futura reina Isabel II y el Duque de Edimburgo. En 1946 apareció el tercer canal de radio, dedicado a la música clásica y a los programas culturales. Sumando estos tres canales con las programaciones

regionales, en 1950 se emitían 30 horas de televisión y 260 de radio, y pronto cerca de la mitad de la población tuvo receptores de televisión.

El gasto en este medio sobrepasó al de la radio, al tiempo que el número de espectadores se alzaba por encima del de los oyentes. El punto de inflexión de este cambio fue la coronación de la reina Isabel II en 1953.

En 1955, cuando se creó la primera televisión privada, la ITV, más del 90% de la población inglesa tenía televisores en casa. La era de la competencia había empezado, y la BBC tuvo que luchar por su supervivencia, fracasando al principio; en 1957 su audiencia descendió al 28%. A finales de 1950 y durante la década de 1960, la BBC introdujo un destacado número de innovaciones técnicas, como el VHF y la radio estereofónica, la grabación en vídeo, la transmisión por satélite, la televisión en color y un segundo canal de televisión, la BBC 2, en 1972 comenzó a emitirse el teletexto.

2.3.- LA BBC EN LA ACTUALIDAD

Durante las décadas de 1970 y 1980 la audiencia de televisión llegó a 20 millones de telespectadores, y la de radio a 5 millones de oyentes pero, a partir de la crisis del petróleo de 1973, en un clima económico enrarecido, se empezaron a sentir los problemas. Además comenzaron las controversias sobre el contenido político de ciertos programas y sus efectos sobre el público infantil, creándose una comisión de reclamaciones en 1981. Fue en la BBC donde se dio entrada a programas de contenido social, como los programas especiales para sordos y gente discapacitada, o haciendo campañas de alfabetización de adultos. Los programas para la Universidad a distancia comenzaron en 1971, pero la batalla principal se siguió manteniendo en los terrenos de la televisión generalista: entretenimiento, deportes, noticias e informativos, en el que ambas organizaciones, la televisión pública o la televisión privada estaban a la par.

El final de la década de 1970 fue, en palabras del propio director, un periodo pesimista. Los escasos ingresos de la BBC apenas se verían incrementados con la creación del canal 4, proyectado como canal experimental e innovador y financiado por medio de publicidad. Este canal comenzó a emitir en 1982, año considerado como el punto más alto de la expansión de la televisión británica.

En 1978, en un libro blanco sobre la BBC, se la describía como "seguramente la organización cultural más importante del país", papel que algunas de sus producciones posteriores han remarcado.

2.4.- CAMBIOS RECIENTES

En las décadas de 1980 y 1990 han visto llegar cambios técnicos aún más rápidos, un aumento de la competencia, y un cambio ideológico que ha supuesto una transformación radical en las actitudes de los gobernantes: el neoliberalismo conservador que de 1979 a 1990 capitaneó Margaret Thatcher, enemigo de la radiodifusión pública, y que ha tratado de minar los principios esenciales de la corporación. Así, el intento de la BBC de desarrollar dos canales vía satélite —medio que en principio hubiera supuesto una mayor posibilidad de opciones entre las que el telespectador pudiera elegir— fue desasistido de cualquier ayuda gubernamental, fracasando tras una considerable inversión de dinero y de esfuerzos, dejando al Sky Channel, privado y muy comercial, como el principal proveedor de televisión por cable británico, y como uno de los principales del mundo.

A pesar de ello, en emisiones directas la BBC continuó llevando la iniciativa, con el lanzamiento de la Breakfast Television (Televisión matinal) en 1983, por delante de la ITV; manteniéndose hasta ahora intacta su imagen de televisión de calidad, capaz de llegar a muy diversos sectores del público.

Programas de enorme impacto informativo, como el que se hizo durante la guerra de las Malvinas (1982) o el que se hizo sobre el terrorismo de Irlanda del Norte, irritaron aún más al hostil gobierno neoliberal, que en 1987 mandó a la policía tomar la sede de la emisora en Glasgow, por la emisión de otra polémica serie, y cesó a su director general.

En la primera mitad de la década de 1990, y especialmente desde 1993, con el cambio de directivos, la BBC ha sufrido una rápida y penosa transformación. Se produjeron reducciones drásticas de plantilla, se impusieron fuertes objetivos financieros y nuevos criterios en la elaboración de programas basados en el marketing interno. Estos cambios, comparables a los realizados en otras instituciones públicas y en todos los países en que se han extendido estas recetas de ajuste neoliberal, han resultado muy impopulares.

En este clima de turbulencia interna y competencia externa despiadada, los responsables de hacer los programas de la BBC han intentado esforzarse por sobrevivir y prosperar, al tiempo que los

ingenieros están transformando la tecnología actual en tecnología digital, desarrollando una serie de proyectos en casi todos los continentes para asegurarse que sus voces e imágenes serán oídas en todo el mundo en un futuro próximo, en el que parece ser que las telecomunicaciones tendrán una importancia creciente. En suma, la mayoría de los ideales del fundador parece que seguirán siendo los caballos de batalla de la BBC en el ya próximo siglo XXI.

3.- RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA

En España, como en otros países, la radio y la televisión se asimilaron a los servicios de telegrafía y telefonía, que fueron considerados como servicios públicos estatales.⁽²⁾

La Radiotelevisión Española (RTVE), es un ente público del Estado español al que la Ley de 10 de enero de 1980, del Estatuto de la Radio y la Televisión, encomienda las competencias en materia de radiodifusión y televisión de titularidad estatal. Su naturaleza administrativa responde al principio de descentralización funcional, pero su gestión está sometida a las normas del Derecho privado. Dentro del Ente Público RTVE se establecen, para una más eficaz gestión, las sociedades estatales Radio Nacional de España S. A. y Televisión Española S. A.

El Consejo de Administración es uno de los organismos fundamentales que rigen RTVE. Sus miembros son elegidos por cada legislatura, la mitad por el Congreso de los Diputados y la otra mitad por el Senado, siendo necesaria para la elección una mayoría de dos tercios de la cámara. Los elegibles han de serlo entre personas de relevantes méritos profesionales. La presidencia del Consejo es funcional y se ejerce entre sus miembros de forma rotativa por meses.

La Dirección General es el órgano ejecutivo de RTVE, asiste con voz y voto a las reuniones del Consejo de Administración de Radiotelevisión Española y está sometido por vía estatutaria a control parlamentario directo, como responsable de las actuaciones del Ente Público, Grupo RTVE, RNE, S. A. y TVE, S. A.

Los primeros referentes de la televisión en España se remontan a junio de 1948, en la Feria de Muestras de Barcelona, con las retransmisiones de Philips Ibérica desde unos estudios situados a 300 metros de distancia. En aquellos breves programas aparecieron la cantante María de los Ángeles Morales y el periodista Manuel del Arco. El 8 de agosto de aquel mismo año se televisó por vez primera en Madrid una corrida de toros, o por lo menos se intentó. En el Círculo de Bellas Artes fueron dispuestos 17 receptores con pantallas de 30

por 20 centímetros y uno de pantalla gigantesca en la sala de fiestas. La entrada costaba 15 pesetas, pero hubo que devolver la recaudación pues, por deficiencias de voltaje, los 'telespectadores' sólo pudieron contemplar una sucesión de rayas y ondulaciones. A las seis de la tarde del 28 de octubre de 1956 nació de forma oficial Televisión Española.

En la mayoría de los 600 receptores que había en Madrid apareció una carta de ajuste que se mantuvo en pantalla durante 15 minutos. Luego TVE transmitió la misa que monseñor Bulart, capellán de Francisco Franco, ofició en un edificio del Paseo de la Habana.

En el edificio del Paseo de La Habana permanecería TVE ocho años. Al empezar disponía de tres cámaras (sólo se empleaba una para transmitir un partido de fútbol), un telecine y un estudio apto para el montaje de tres escenarios. Y su alcance era de 70 kilómetros. La televisión era todavía capricho de nuevos ricos (el precio de un aparato medio rondaba las 20.000 pesetas de entonces) primero en Madrid, luego en Barcelona y más tarde en toda la península. TVE comenzó a ser popular el 15 de diciembre de 1960 con la retransmisión de un acto desarrollado mas allá de las fronteras. Se agotaron los televisores a la venta y durante cuatro horas quedó paralizado el país. Las voces de Federico Gallo y Eduardo Sancho acompañaron a las imágenes que servía Eurovisión: aquel día contrajeron matrimonio en Bruselas Balduino de Bélgica y Fabiola de Mora y Aragón.

4.- TELEVISIÓN ESTADOUNIDENSE

CBS Inc. (Columbia Broadcasting System), es la compañía de radiodifusión estadounidense con sede en Nueva York, cuyas operaciones se dirigen a través del CBS/Broadcast Group.

Está constituida por varias divisiones: televisión, radio, noticias, deportes, entretenimientos, etc. La red de televisión de CBS suministra programas de noticias, entretenimiento, deportes y películas a más de 200 cadenas independientes y 5 propias en Estados Unidos, así como a otras afiliadas en el extranjero.

La compañía se fundó en 1927 como United Independent Broadcasters, Inc., en 1928 se pasó a llamar Columbia Broadcasting System, Inc. y en 1974 CBS. Su primera diversificación se produjo en 1938 con la adquisición de la American Recording Corporation, que más tarde pasaría a ser la Columbia Records. Después, sus intereses se ampliaron para entrar en periódicos y revistas, películas y ediciones musicales. Sin embargo, a finales de la década de 1980, CBS se centró en el negocio televisivo y radiofónico, con la venta de la división de

publicaciones musicales en 1986, la de las revistas en 1987, y la discográfica en 1988. Antes, CBS había llegado a ser la red de televisión más conocida en su país, manteniéndose en cabeza de las listas de Estados Unidos hasta finales de los años setenta. Sin embargo, a comienzos de 1990 los beneficios se habían reducido debido a la competencia de las compañías de televisión por cable, alquiler y venta de vídeos, y a los propios costos, muy elevados, de la programación.

La National Broadcasting Company (NBC), es compañía de comunicaciones estadounidense, con sede central en Fairfield, Connecticut, propiedad de la compañía General Electric. La NBC comenzó sus emisiones televisivas experimentales en 1930, un año antes de que lo hiciera la CBS. En 1939 la NBC lanzó emisiones de televisión diarias con reportajes en directo con comentarios del presidente Franklin D. Roosevelt, coincidiendo con la apertura de la exposición universal de Nueva York. Su red de emisoras fue adquirida en 1986 por la General Electric, al comprar ésta la compañía matriz Radio Corporation of America (RCA). NBC Television suministra programas a más de 200 emisoras de televisión estadounidenses afiliadas a la red.

Durante los años ochenta, sus beneficios superaron a los de sus rivales principales, la CBS y la Capital Cities/ABC Inc. Sin embargo, hacia 1990, sus ingresos y beneficios habían descendido, ya que el mercado había pasado de estar controlado en un 90% por estas tres grandes compañías en 1980, al apenas 60% en 1990 debido a que las emisoras de televisión por cable y las emisoras independientes, así como el mercado del vídeo casero habían mermado sus beneficios. General Electric recortó gastos y eliminó servicios superfluos para combatir estos problemas financieros, al tiempo que inició la diversificación hacia la televisión por cable, televisión de pago (canales codificados), emisiones vía satélite y fusiones con otras compañías dentro y fuera de Estados Unidos.

B) HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

1.- ANTECEDENTES

En el caso de nuestro país, los medios de difusión electrónicos surgen en un período conflictivo; en una época de crisis económica y de inestabilidad política, sin embargo, eso no significó, que se desatendió la radiodifusión y que las actuales características de la radio y la televisión en México, eminentemente comerciales, se deben a ello. El análisis histórico muestra que el surgimiento de la radiodifusión comercial y su avance no se debieron a esta supuesta desatención o a los errores del personal estatal, sino que por el contrario fue el proyecto económico-político impulsado por el Estado mexicano de los años veinte el factor fundamental. Situación que combinada con fenómenos tan importantes como el papel que empezaban a desarrollar los medios de difusión en la reproducción ampliada del capital imperialista, sentó las bases para que los medios de comunicación tendieran a solidificarse como comerciales.

Es en la Constitución de 1917 donde se garantiza la propiedad privada constituyendo un factor fundamental, la base legal para el desarrollo de los medios de comunicación, siempre y cuando se evitara que esta actividad fuese monopolizada, tema del cual profundizaremos en los capítulos siguientes.

La radio podía transmitir noticieros, conciertos y vender tiempo para su propia subsistencia, lo cual fue un verdadero freno para desarrollar la radio comercial, ya que a esas fechas, no existía una estructura favorable, no había aparatos receptores en el país, por ejemplo para la publicidad se desarrollaba lo necesario para fundamentar la comercialización de los medios electrónicos.

Habitualmente se cree que los primeros experimentos de televisión en México corrieron a cargo del Guillermo González Camarena, pero no fue así. Unos años antes de que el técnico jalisciense comenzara a marcar su profunda huella en la historia de la televisión mexicana, dos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y del Instituto Técnico Industrial, Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, trajeron a nuestro país el primer equipo de televisión y efectuaron las transmisiones pioneras apoyados económicamente por el Partido Nacional Revolucionario. En 1928 y 1929, Stavoli, viajó a Estados Unidos donde adquirió un equipo completo de televisión integrado por dos cámaras de exploración y varios receptores, así como equipo adicional para realizar transmisiones experimentales.⁽³⁾

Llegado a México en 1930, el equipo fue instalado un año después, bajo la coordinación del ingeniero Stavoli, en el edificio de la ESIME,

ubicado en la Ciudad de México, mientras que la antena transmisora se colocó en la Iglesia de San Lorenzo, ubicada en la esquina que forman Allende y Belisario Domínguez.

Después de realizar algunas pruebas de campo, se llevó a cabo la transmisión inicial: el rostro de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stavoli, sentada a 70 centímetros de la cámara, fue la primera imagen transmitida en nuestro País por televisión.⁽⁴⁾

Ya para 1935, existía una infraestructura económica para los medios de comunicación.

En estos años fue cuando el gobierno del General Cárdenas promovió los primeros experimentos de televisión. Cuyo interés era la aplicación de una política de masas que organizara y movilizara los actos del Estado.

Desde 1934, durante la administración del General Cárdenas, el Ingeniero Guillermo González Camarena, realizó los primeros experimentos de televisión y para 1939, contaba con un laboratorio denominado GON-CAM, bajo el patrocinio de una compañía vinícola de Chihuahua, donde desarrolló un sistema de televisión a colores (verde, rojo y azul) denominado tricromático. Este invento constituyó la base para el actual sistema de televisión a color.

Con permiso oficial de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP), en el año de 1946 se estableció la XHGC, estación experimental de televisión y funcionó hasta 1950.

Desde 1947 el Ingeniero González Camarena se dedicó a promover la comercialización, instalando circuitos cerrados de televisión en los centros comerciales más elegantes y en los cines de la Ciudad de México, aquí se le invitaba a las personas a mirar su imagen dentro del televisor; lo anterior representó el primer antecedente comercial de la televisión. En relación a este tema tenemos que durante 1944 a 1948, Lee Forest – inventor norteamericano del bulbo eléctrico, en un principio asociado con el industrial Cecilio Ocón, insistió en conseguir del gobierno la primera concesión para operar una estación televisora establecer la Escuela Electrónica Americana e instalar una fábrica productora de aparatos de televisión. Y en audiencia con el Presidente Ávila Camacho habló ampliamente sobre la instalación de la televisión en México, con el fin de dedicar sus actividades a cuestiones comerciales. Cabe aclarar que no consiguió sus objetivos.

En 1946, Emilio Azcárraga solicitó una concesión a la SCOP pero no obtuvo respuesta afirmativa, y 19 días antes de que finalizara el mandato de Avila Camacho, la volvió a solicitar siendo esta denegada. Por su parte la empresa Radio- Televisión de México, S.A., formada por Gonzalo L. Escobar, José Manuel Crovetto, Guillermo González Camarena, Alberto Rollard y Julio Santos Coy, solicitan a la Presidencia de la República en 1948, una autorización para establecer una planta

fabricante de transmisores de televisión y construir una estación transmisora en el Distrito Federal. Pero esta concesión tampoco fue otorgada debido a cuestiones políticas.

Ante esta situación, las radiodifusoras, que buscaban obtener una concesión para manejar estaciones televisivas, desplegaron gran actividad política en México y en todo el continente empezando a enviar correspondencia al presidente de la Nación, exponiendo los beneficios que la instalación de estaciones televisoras traería al país. Al mismo tiempo, hicieron algunas demostraciones de los avances y la madurez técnica para instalar las estaciones de televisión en México; también buscaron apoyo y consenso de funcionarios de Estado. Los afiliados a la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, CIR, presionaron al Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López, y le presentaron el panorama de desconfianza que el retraso en el otorgamiento de concesiones provocaba en los radiodifusores, quienes tenían la posibilidad de retirar su deseo de invertir en la televisión, hecho que perjudicaría al país, ya que se retrasaba la entrada de tan "revolucionario invento". Aún así no se les otorgó la concesión.

Fue durante el Gobierno de Miguel Alemán Valdés que se comienzan a desarrollar los actos políticos y jurídicos que facilitarían el acceso al control de la televisión por parte de ciertos sectores que la destinarían exclusivamente a fines comerciales. Fue en efecto, este régimen el que otorgó las primeras concesiones para operar estaciones de televisión y el que estableció el marco jurídico basado por cierto en las estipulaciones técnicas dictadas por los industriales de la radiodifusión.

La primera concesión para operar un canal de televisión comercialmente, fue otorgada a la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, en 1949. Esta estación adoptó las siglas XHTV y le fue asignado el canal 4, empezando a funcionar regularmente el día 1° de septiembre. Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien había solicitado anteriormente una concesión, la obtuvo año y medios más tarde, en marzo de 1951 y se le asignó el Canal 2 XEW TV, iniciando sus transmisiones regulares el 21 de mayo de 1951. La tercera estación, XHGC, propiedad de González Camarena, empezó a funcionar el 18 de agosto de 1952 por el canal 5.

Los dos primeros años de operación de la Televisión Mexicana no fueron fáciles. En 1951, existían solamente cinco mil aparatos receptores en todo el país, en cambio en Estados Unidos había 10 millones. Un año después el número de aparatos en México aumento a 20 mil. Cabe mencionar que el precio en aquel entonces de los televisores oscilaba entre los dos mil 500 y tres mil pesos. Como consecuencia de lo anterior, la inversión publicitaria dirigida a la TV era mínima. En 1952, el gasto publicitario total en México ascendía a 800 mil

pesos, de los cuales la radio captaba el 40%, la prensa el 30%, mientras que los demás medios (publicidad directa, cine, anuncios luminosos, espectaculares y televisión) se repartían el resto. A continuación transcribo la descripción que de la situación relató el director de la revista Tele Cine, Miguel Hisi Pedroza:

Naturalmente que el pequeño número de pantallas de TV en uso obliga a nuestras estaciones televisoras a reducir las tarifas de publicidad a tal grado que el "tiempo" en TV es vendido—mejor sería decir regalado—a la mitad de lo que cobran las buenas estaciones de radio(...) Con esto podrá usted caer en la cuenta que en nuestro días—por los pocos receptores que hay en uso—el negocio para las televisoras en una ruina.

(...) las compañías que hacen grandes publicidades no gustan de tirar el dinero. Se están anunciando en TV por lo barato, para abaratar "tiempos" si el negocio de la TV sube y llega a ser dentro de poco el mejor medio publicitario. Pero —también por los pocos receptores que hay en uso—la publicidad no es efectiva y es regalar miles de pesos.

Sólo cuando haya un mayor número de telerreceptores, la estación podrá vender a precios normales el "tiempo" y montar programas de calidad y gusto y las compañías comerciales no titubearán en preferir —sin importar los costos—la publicidad efectiva de sus productos por la televisión.(5)

Era notable para los analistas de la industria televisiva y para los concesionarios, que sólo una cobertura masiva podría hacer que la TV mexicana se desarrollara.

La televisión comenzaba a surgir como industria, y las causas que provocaron que fuera controlada principalmente por empresarios con miras comerciales fueron, principalmente:

1.- Que los estudios y las investigaciones de campo para obtener los fines más apropiados de televisión se realizaron por técnicos al servicio de los radiodifusores comerciales.

2.- Durante casi 30 años, el Estado había mostrado una política de apoyo irrestricto a la industria radiofónica. El propio Presidente de la República y varios funcionarios, como el Secretario de Hacienda, Ramón Beteta, eran amigos personales de los diversos empresarios que aspiraban a obtener concesiones.

3.- Ninguna fuerza social emprendió una lucha para lograr que la televisión fuera dirigida a satisfacer necesidades educativas, culturales, informativas y recreativas de la población. El gobierno alemanista optó por reconocer que los particulares iniciarían la explotación del medio y que después se presentaría la oportunidad de una difusión con fines sociales y culturales.

En un principio la televisión comercial no obtuvo ganancias, pues existían muy pocos aparatos receptores y los publicistas y empresas en general no veían mucha ventaja en anunciarse a través de ella, en poco tiempo se convirtió en una industria altamente rentable y con una influencia fundamental en la vida económica y política del país.

Durante la década de los cincuenta, las relaciones entre concesionarios de televisoras y las autoridades, no sufrieron deterioro alguno, por el contrario, a partir de 1954 se hicieron más estrechas.⁽⁶⁾

Uno de los elementos causantes de este hecho fue que el nuevo Secretario de Comunicaciones, Walter Cross Buchanan apoyó y defendió los intereses de los radiodifusores.

Ruíz Cortínez buscó aumentar la presencia del Estado en la televisión como emisor y reforzar la vigilancia acerca del contenido de las transmisiones para evitar campañas de desprestigio a su Gobierno y funcionarios. Pero el Gobierno ruíz cortinista se limitó a realizar una serie de programas patrocinados por PEMEX y la Lotería Nacional y a transmitirlos por los canales comerciales. Fernando Mejía explica que el estado continuó careciendo de un sistema de teledifusión propio y siguió dependiendo de los canales comerciales para la difusión de sus mensajes.⁽⁷⁾

La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas fijaba las tarifas que las estaciones cobraban por sus servicios y trataba de garantizar a los concesionarios que les permitirían obtener aproximadamente el 20% anual sobre la inversión total de la estación, lo cual representaba recuperar la inversión en un plazo relativamente corto.

Durante esa misma década, la Asociación Interamericana de Radiodifusión, AIR, se unió a la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, con el objeto de formar un bloque constituido por los propietarios de los grandes medios de difusión del continente que defendieran los intereses del capital privado en las ramas de la radio, televisión y la prensa, contra cualquier acto gubernamental o de alguna fuerza política dirigido a afectar a los medios comerciales. Para tal efecto, los miembros de la AIR firmaron un documento en el que exigían que la radiodifusión privada fuera "respetada por los gobiernos" en cualquier circunstancia, incluso en las situaciones de emergencia.

Existieron diversos factores que contribuyeron a consolidar la posición de la televisión, en 1953, el canal 4 propuso a la Presidencia de la República, servir de la mejor forma posible a la transmisión de las actividades del Presidente, en especial de los informes de Gobierno. Otro factor fue que los empresarios se empeñaron en conseguir que miembros de la industria televisiva estuvieran en puestos de dirección de las principales organizaciones patronales del país, así como en altos cargos de la administración pública en general. Por ejemplo podemos nombrar a Luis de la Rosa, Vicepresidente de Radio Programas de México

y jefe del Departamento de Educación Higiénica de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, o a Clemente Serna Martínez, Presidente de Radio Programas de México y Presidente de la Concanaco, así como miembro del Consejo directivo de la Concamín. El crecimiento de la Televisión se intensificó desde 1954, pues empezaban a establecerse estaciones de transmisión de diversas entidades del país. A fin de unificar en una empresa la fuerza económica de Azcárraga y O'Farril, el 26 de marzo de 1955 las empresas concesionaria de los canales 2, 4, y 5 anunciaron su decisión de fusionarse en una sola entidad, llamada Telesistema Mexicano, SA (TSM), la cual se encargaría de administrar y operar esas frecuencias. Esta fusión fue lo que permitió a la empresa emprender la instalación de repetidoras en el interior de la República.

Esta creación se venía gestando desde varios meses atrás. En 1954, los canales 2 y 5 llegaron a un acuerdo de fusión con lo cual quedaban unidas en una sola entidad encabezada por Emilio Azcárraga V., quien durante los meses siguientes trataría de acercarse a Rómulo O'Farril. En enero de 1955, las tres televisoras contrataron de manera conjunta la transmisión de los II Juegos Panamericanos que habrían de realizarse en la Ciudad de México en ese año. El pago efectuado al Comité Organizador de los juegos fue de 300 mil pesos.

A principios de febrero de 1955, los señores Azcárraga, O' Farril y González Camarena firmaron un convenio mediante el cual los canales 4 y 5 instalarían sus oficinas y equipo técnico en el edificio de Televisión y transmitirían desde ahí a partir de marzo de ese año pagando, en el caso del 4, una renta a Emilio Azcárraga Vidaurreta. De este triple pacto los tres empresarios obtendrían los siguientes beneficios:

- Los artistas podrían trabajar indistintamente en cualquiera de los canales,
- Se evitaría que salgan al aire, a la misma hora programas similares en los tres canales;
- En resumen se lograría eliminar la dañina competencia que anteriormente se hacían las televisoras existentes en perjuicio de los anunciantes.

Como ya se planteó, el 26 de marzo de 1955, los convenios de actividad conjunta se consolidaron en un acuerdo de fusión. Ese día, Emilio Azcárraga Vidaurreta comentó lo siguiente a la prensa:

Telesistema Mexicano SA, ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión, que se convertirá en la gran central de televisión. (8)

El cuerpo directivo quedó integrado de la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente y gerente general; Rómulo O'Farril

padre, vicepresidente; Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril hijo, gerentes; Antonio Cabrera, subgerente administrativo; Luis de Llano, subgerente de producción y programación; Miguel Pereyra, subgerente técnico y Ernesto Barrientos Reyes subgerente de ventas.

Se dio una expansión acelerada; la fusión de los canales pioneros en Telesistema Mexicano tuvo básicamente dos objetivos. El primero era dar por terminada una competencia que amenazaba con volverse ruinoso para los canales 4, 2 y 5; el segundo, consistía en expandir la TV por todo el territorio nacional. En 1955 Telesistema colocó esa estación a una altura de cuatro mil 200 metros sobre el nivel del mar y con una potencia de 7.5 Kilowatts. Con ello, la señal del Canal 4 empezó a cubrir los estados de Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Estado de México, Guerrero y gran parte de Veracruz. Ese mismo territorio ya era cubierto por el Canal 2 con su repetidora instalada en Paso de Cortés. En 1956 comenzó a funcionar una nueva repetidora: el Canal 3, ubicado en el cerro de El Zamorano, en Querétaro. La estación tenía una potencia de 30 kilowatts y fue colocada a una altura de dos mil 800 metros sobre el nivel del mar, lo que le permitía hacer llegar los programas del Canal 2 a los estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosí y Querétaro. Y ese mismo año, fue instalada una repetidora en el Pico de Orizaba, la cual permitió cubrir Veracruz y parte de Oaxaca y Tabasco. Además de estas estaciones repetidoras, Telesistema Mexicano contaba con televisoras locales en varias ciudades del país como Guadalajara, Monterrey y Tijuana.

En el año de 1959, TSM cubría ya 20 estados de la República con sus señales. En ese año gastó 20 millones de pesos para ampliar su red televisiva que para 1960 sumaba 20 repetidoras y cubría todos los estados de la República, cabe que aclarar que no así todas las poblaciones. Durante la década de los sesenta, la expansión de TSM continuó. A ello contribuyó enormemente la infraestructura de telecomunicaciones -en especial la red de microondas- instalada por el Gobierno Federal, recurso que se convertiría en factor decisivo para interconectar las diferentes repetidoras de la empresa dirigida por Emilio Azcárraga Vidaurreta. A finales 1965, las estaciones repetidoras, comúnmente llamadas de microondas, llevaban la imagen televisiva a 26 estados de la República mediante una red cuya construcción se había iniciado en 1955 con el levantamiento de tres rutas: la de occidente, la del sureste y la del norte.

En 1965, el Gobierno Mexicano decidió trascender esas tres rutas y crear una Red Federal de Microondas que pudiera abarcar todo el territorio nacional. Esta red se integró por dos rutas centrales que iban de frontera a frontera, sendas rutas costaneras en el golfo y el pacífico, y por rutas transversales. La Red Federal de Microondas contaba con 65 estaciones terminales, 207 repetidoras y 12 mil 800 Kilómetros de longitud.

Durante casi una década, todas las transmisiones efectuadas por TSM en las que la señal se distribuía por varios estados de la República, tuvieron como punto central de enlace al Distrito Federal, o bien pasaban por el DF las señales que originadas, por ejemplo en Veracruz, viajaban a Guadalajara o Monterrey. Esto implicaba que las transmisiones televisivas estaban, excesivamente centralizadas.

No obstante lo anterior, a partir del segundo semestre de 1966 se empezaron a realizar las primeras "transmisiones autónomas" entre televisoras de provincia en las cuales la señal no tocaba el Distrito Federal. Lo que sirvió para realizar las transmisiones autónomas fueron los partidos de fútbol del campeonato mexicano. La primera de ella tuvo lugar el 16 de octubre de 1966 con motivo del encuentro Atlas-Monterrey, se llevó a cabo en Guadalajara, fue transmitido en vivo por microondas desde la capital jalisciense hasta Monterrey sin que la señal pasara por el Distrito Federal y en esta ocasión se encadenaron por primera vez dos estaciones de provincia y Monterrey estuvo presente en una transmisión histórica: el 15 de noviembre de 1966 se difundieron a todo el país el lanzamiento y la recuperación de la nave Géminis XII; el control y la dirección de las transmisiones estuvieron a cargo de la emisora de Telesistema Mexicano en Monterrey que se encadenó con el Centro Espacial de Houston desde donde se recibieron las señales que posteriormente fueron enviadas a toda la República Mexicana. Esa fue la primera ocasión en que una transmisión de alcance nacional no tuvo como centro al Distrito Federal.

En noviembre de 1968, el canal 2 inició su cadena nacional con cobertura de costa a costa. En 1971, la "Cadena WTV, canal 2" contaba con 37 estaciones interconectadas a través de la red de microondas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; se podrían resumir las características básicas de la cadena de la siguiente forma:

La cadena WTV podía medirse en importancia por el solo hecho de que cubría tres y medio millones de telehogares lo que da una audiencia mínima de 17 y medio millones de espectadores. La señal era generada en el Distrito Federal con una antena de cuatro ganancias de 25 kilowatts con potencia de 10 cables de donde se transmite a 37 estaciones mediante la red de microondas simultáneamente.

A mediados de los años cincuenta, la influencia de los norteamericanos sobre la televisión nacional empezó a manifestarse; para el año de 1960, el 20% de los programas eran extranjeros y en 1965, aumentaron al 37% por lo que hubo una disminución absoluta en la producción de programas nacionales. Lo anterior se debía a que estas series importadas, transmitidas durante los horarios con mayor auditorio, no sólo eran y son más baratas que las producciones propias, sino que además estaban ligadas a los ingresos publicitarios. Para 1958, la televisión comercial se había consolidado del todo y es entonces cuando, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, surge el canal 11

(XHIPN-TV), en donde la difusión de programas de estudios del IPN y programas educativos de elevado nivel cultural, no representaron verdaderamente una alternativa frente a la televisión comercial debido a los bajos recursos y lo débil de la señal de esta televisora.

Es en 1960 cuando surge la Ley Federal de Radio y Televisión, a través de la cual, el gobierno de López Mateos contempla la posibilidad de emplear los tiempos de transmisión de las estaciones privadas de radio y televisión. Derivado de lo anterior, en los artículos 4 y 5 se atribuye a la radio y la televisión una actividad de interés público que suponía la protección y tutela del Estado respecto al incumplimiento de dicha función social.

No obstante, el artículo 59, que se refiere al tiempo que las estaciones de radio y televisión debían dedicar gratuitamente a la transmisión, quedaba abierto pues no señalaba si la emisión debía ser o no continua, lo que originó que esta se convirtiera en una farsa. El gobierno intentó elevar cualitativamente la programación, pero este resultó vacilante ya que no representó una transformación profunda del sector de la radio y la televisión comercial imperante.

Tal parece que el Estado no respondió en la práctica a las exigencias de la ley de defender los intereses públicos. Hasta 1969 no hubo institución alguna en condiciones de cubrir con programas culturales, educativos y sociales al menos la media hora disponible en las estaciones de radio y televisión. El Estado no se esforzó por ofrecer alternativas a través de estaciones televisivas propias excepto en el caso del canal 11- frente a la programación comercial orientada sobre todo al entrenamiento; tampoco hubo verdaderas directrices para estructurar la programación en la radio y televisión de acuerdo con las necesidades educativas de la población. Además en lo que respecta al otorgamiento de concesiones y licencias, en aquel entonces al igual que hoy en día, las disposiciones no favorecían sino al contrario, más bien descuidaban a las emisoras culturales. La política de comunicación radiofónica estatal fortaleció a final de cuentas, el despliegue casi ilimitado de la industria comercial privada de radio y televisión.

Al iniciar su sexenio (1970-1976), Echeverría, intentó como parte de sus extensos propósitos de reforma que incluían una nacionalización de la radio y televisión, frenar el desarrollo de la televisión comercial. En 1968 se habían fundado dos nuevos canales en la capital con lo que, ya sumaban 52 las estaciones de TV comercial, la excepción era canal 11, que comparativamente, carecía de importancia. Uno de los canales establecido era el Canal 8 (XHTM-TV), fundado por el grupo industrial Monterrey para competir con Telesistema Mexicano, S.A. en el D.F. , a este canal estaban afiliadas otras dos estaciones en la provincia y juntas conformaban la cadena Televisión Independiente de México, S.A. (TIM). La cual vería aumentados sus canales en 1972 cuando, por dificultades financieras generadas por no contratar publicidad, el productor

cinematográfico, Manuel Barbachano Ponce, se ve obligado a vender la cadena televisiva Telecadena Mexicana, S.A., que había fundado en 1965.

El otro canal que nace es el Canal 13 (XHDF-TV), cuyo propietario era Francisco Aguirre, cuyas elevadas pérdidas financieras, lograron que nunca tuviera la posibilidad de imponerse sobre Telesistema Mexicano. Y paso a ser posesión del gobierno mexicano el 15 de marzo de 1972.

En 1970, como parte de los cambios prometidos por Echeverría para procurar que la programación de radio y televisión cumpliera con su función cívica, se fundó la Subsecretaría de Radiodifusión supeditada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. La cual tenía por objeto otorgar concesiones y licencias y fomentar el acatamiento de la Ley Federal de Radio y Televisión, así como mantener un control político sobre la programación. El 29 de abril del mismo año, se fundó por decreto Televisión Rural del Gobierno Federal (TRM) cuyo nombre definitivo sería Televisión de la República Mexicana. El canal 13 y la TRM, presentaban nuevas opciones. El primero, rompió con la dependencia de importaciones norteamericanas al abrir el mercado hacia Europa y Cuba y, TRM, difundió emisiones con una orientación educativa. No obstante, ambos canales se mantuvieron atados al entorno comercial lo que es indicativo de que existen dificultades aún no superadas que tiene el Estado para el desarrollo de una alternativa real en el marco de una televisión totalmente determinada por sus intereses comerciales.

Siguieron adelante las críticas a los contenidos consumistas antieducativos de la radio y la televisión, los cuales habían iniciado a principios de los setenta cuando Echeverría buscaba ganar adeptos para su reforma educativa, en el marco de su apertura democrática, y esto se intensificó gracias a los diarios capitalinos Ovaciones y Excélsior que promovían se abriera una discusión pública del tema.

Debido a lo anterior Echeverría desecha sus ambiciosos planes de nacionalización y a la promulgación de nuevas leyes. Sólo decretó, en abril de 1973, un reglamento referente a la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual ya no se preocupaba por dar solución a las críticas sobre contenidos de las emisiones.

2.- SURGIMIENTO DE TELEVISIVA

Televisa, es una entidad mexicana de televisión que surgió de la siguiente forma: el 8 de enero de 1973 las empresas Telesistema mexicano (creada en 1955 con la fusión de los canales 2, 4 y 5 y presidida por Emilio Azcárraga Vidaurreta) y Televisión Independiente de México (creada en 1968 y propietaria del canal 8 que presidía Alejandro Garza) decidieron fusionarse y crear una nueva entidad denominada Televisa, S. A.

Esta nueva organización era presidida por el Señor Emilio Azcárraga Milmo y en su directorio figuraban también Rómulo O'Farril, Miguel Alemán Velasco, Alejandro Sada y Amalita Gómez Zepeda.

Se iniciaba así una segunda época decisiva en el desarrollo histórico de la televisión mexicana, que después de superar una etapa experimental, a lo largo de las décadas de 1930 y 1940, había dado paso a la creación de diversos canales (el 4 en 1950, el 2 en 1951, el 5 en 1952, unidos en Telesistema mexicano a partir de 1955) y empresas que habían conseguido amplia expansión.

Gracias a la creación de Televisa se consiguió:

- armonizar la programación de todos los canales implicados,
- apoyar las transmisiones oficiales,
- enriquecer su programación,
- diversificar sus fuentes de ingreso,
- apoyar la promoción de todo tipo de espectáculos,
- incrementar los servicios profesionales y
- fomentar la exportación de la producción audiovisual.

2.1.- TELEVISA HOY

Televisa, en la actualidad, tiene una cobertura superior al 90% del territorio mexicano y una audiencia que rebasa el 55% del total. En su programación, sin límites fronterizos en todo el continente americano, gracias al uso de satélites, incluye todo tipo de géneros, exportando más de 40.000 horas de vídeo a más de 50 países. En Estados Unidos ofrece 24 horas de programación en español. Cuenta con un sistema informativo en español, ECO, que se transmite vía satélite, a 47 países en tres continentes.

La historia de esta entidad es inseparable de la de Emilio Azcárraga Milmo, nacido en San Antonio, Texas (Estados Unidos) el 6 de septiembre de 1930, de nacionalidad mexicana. Gerente de ventas de Telesistema Mexicano S. A. y gerente general de Cadena Radiodifusora Mexicana S. A., asumió más tarde la vicepresidencia de Producción en Telesistema y, a partir de 1973, la presidencia de Televisa, S. A. Fue gestor en la formación de la Organización de la Televisión Iberoamericana (OTI), organismo representativo de la televisión latinoamericana y española ante instituciones similares.

Se le debe la construcción del Estadio Azteca, (Guillermo Cañedo), inaugurado en mayo de 1966, que hizo posible la celebración de la Copa del Mundo de fútbol en 1970. Mereció las siguientes distinciones: del

gobierno de la República Federal de Alemania la Gran Cruz al Mérito (Das Grosse Verdienstkreuz) en agosto de 1966; del gobierno español la Gran Cruz de la Orden de Isabel la Católica en mayo de 1977; Premio Internacional Mercurio de Oro Ad Personam, conferido en septiembre de 1977 por el Centro Giornalistico Annali de Roma; y Caballero de la Orden de la Legión de Honor de Francia en junio de 1982. Emilio Azcárraga Milmo falleció en 1997, siendo sucedido al frente del Grupo Televisa por su hijo, Emilio Azcárraga Jean, quien actualmente sigue al mando de la empresa.

El negocio radiofónico que Emilio Azcárraga Vidaurreta creó en 1930 con la XEW –ampliado en los años cincuenta con la instalación del Canal 2 y la constitución de Telesistema Mexicano- derivó al cabo de casi siete décadas en compañía de medios de comunicación más grande del mundo de habla hispana y en la empresa líder en la programación de televisión en español.

El alcance de su actividad es definido de la siguiente forma en el documento presentado ante la Bolsa Mexicana de Valores en el informe anual de 1996:

La compañía, a través de sus subsidiarias, produce, distribuye y transmite programas de televisión para el mercado nacional e internacional, opera servicios de televisión directa al hogar vía satélite (DTH), publica y distribuye revistas y un periódico, produce y distribuye discos, produce y transmite programas de radio, presta servicios de televisión por cable, promueve espectáculos deportivos y eventos especiales, presta servicios de mensajes electrónicos personalizados (*pagin*), comercializa anuncios exteriores, produce y distribuye películas y presta servicios de doblaje y subtítulo.

2.1.1.- DIVISIONES Y SUBSIDIARIAS DEL GRUPO TELEVISA

Para realizar estas actividades, Televisa cuenta con diversas divisiones y subsidiarias.

2.1.2.- COBERTURA EN TELEVISIÓN

Como lo son dos cadenas de cobertura nacional- la del Canal 2 y la del Canal 5-, una seminacional- encabezada por el Canal 9-, una regional- formada por tres emisoras ubicadas en el norte de México y afiliadas a la cadena estadounidense FOX- y un Canal, el 4 con una cobertura en el área metropolitana de la Ciudad de México. En conjunto, esas cadenas tienen 256 canales de TV distribuidos en la República Mexicana.

2.1.3.- PUBLICACIONES

Otras de las divisiones del consorcio Televisa es la de publicaciones que produce libros, revistas y un periódico. En el rubro de revistas es líder en el mundo de habla hispana. El elemento central de la división publicaciones es Editorial Televisa (de la que grupo Televisa posee el 65% de acciones).

2.1.4.- AUDIO

La división Audio del Grupo Televisa se integra por dos componentes: discos y radio. En el rubro de discos, el consorcio es dueño de las marcas Discos y Cintas Melody, Fonovisa y Musivisa. En lo que se refiere a la radio Televisa es propietaria y opera 17 estaciones.

2.1.5.- TELEVISIÓN PAGADA

El grupo Televisa cuenta con el sistema de televisión por cable más grande de México, el cual opera a través de su filial Cablevisión S.A. de C.V., en la que es propietaria del 51% de las acciones (el 49% restante pertenece a Teléfonos de México).

Desde diciembre de 1996, Televisa proporciona también el servicio de televisión directa al hogar vía satélite (DTH) a través del sistema Sky en el cual se encuentra asociado con los consorcios internacionales News Corporation Limites, Organización O'Globo y Tele Communications Internacional Inc. El servicio se presta en México a través de la empresa Innova S de RL.

2.1.6.- OTRAS ACTIVIDADES

El Grupo Televisa desarrolla otras actividades que la propia compañía engloba en el rubro de "otros negocios". Dichas actividades son las siguientes.

- Promoción de espectáculos deportivos y eventos especiales, es propietaria de los equipos de fútbol soccer América y Necaxa y el Atlante. Los juegos de estos equipos se realizan en el Estadio Azteca, también propiedad del consorcio, y como es sabido Televisa además de los partidos de fútbol realiza conciertos musicales y otros espectáculos masivos.
- Utiliza en renta la Plaza de Toros México en el Distrito Federal para realizar en ella corridas y novilladas.
- Produce, promueve y pone en escena obras de teatro en locales de su propiedad como el Teatro Alameda.

- Televisa posee el 51% de las acciones de Skytel, empresa dedicada a proporcionar el servicio de mensajes electrónicos personalizados o *paging*.
- Además produce, a través de su filial Televisine, películas cinematográficas. Asimismo, a través de otra filial, Videocine, distribuye películas en México, entre otras las producidas por el consorcio estadounidense Warner Brothers.
- Por último Televisa proporciona servicios de doblaje al idioma español de programas de TV extranjeros. El servicio se presta tanto a sus propios canales como a otras empresas de televisión.

Televisa exporta a todo el mundo sus telenovelas, y a través de sus diversos canales, no sólo en México, sino en toda América, desde Buenos Aires hasta Estados Unidos y en España, ha popularizado a algunas de sus figuras más representativas.

Cabe citar al respecto a Raúl Velasco, que estuvo conduciendo por bastantes años el programa "Siempre en domingo", y a Guillermo Ochoa, cuando fue director de "Hoy mismo".

Mención especial merece el programa informativo "24 horas", que durante años estuvo dirigido por Jacobo Zabudovsky., quien nació el 24 de mayo de 1928 en México y es licenciado en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México, Zabudovsky comenzó sus actividades periodísticas en 1946 en la Cadena Radio Continental. En 1950, acometió la producción y dirección del primer noticiero profesional de la televisión mexicana. Colaborador de los diarios Novedades y Ovaciones y de los semanarios Claridades y El Redondel y redactor de la revista Siempre, fue coordinador de radio y televisión de la presidencia de la República. Fue Catedrático de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y es miembro fundador de la Barra Mexicana de Abogados.

3.- DEL CANAL 13 A TELEVISIÓN AZTECA

3.1.- CANAL 13

Francisco Aguirre Jiménez notable radiodifusor, tuvo que esperar 18 años para que pudiera operar un canal de televisión. Comenzó su búsqueda desde 1949, pero no sería hasta abril de 1967 que lo obtendría.

En el momento en que Aguirre recibió la concesión, Telesistema Mexicano dominaba el escenario; ya que Canal 11 no representaba en aquel entonces una competencia real. Así, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (STC), al otorgar la concesión, abría la posibilidad para una mayor diversificación de la TV mexicana.

Una de la primeras medidas que Aguirre adoptó, fue comenzar a transmitir estrenos cinematográficos y programas de concursos a los que se les denominó Telesorpresas.

Con el propósito de hacer un canal rentable, fortaleció el área comercial. Pronto se incorporaron al cartel de anunciantes empresas como Sears, Domecq, Chrysler—entonces Automez--, General Motors, Liverpool entre otras.

3.1.1.- ESTATIZACIÓN DEL CANAL 13

Comenzó a operar el 1° de septiembre de 1968, con la difusión del Cuarto Informe de Gobierno del Presidente Gustavo Díaz Ordaz, aunque no de manera continua sino a partir del 12 de octubre en el marco de la inauguración de las Olimpiadas de México 68.

Algo que caracterizó los inicios del canal fue que la mayor parte del personal, provenía de la radio. Por eso se decía que lo que hacían en Canal 13 era radiotelevisión

La Presidencia del Grupo Radio Centro recayó, luego de su muerte en 1979, en su esposa María Esther Gómez de Aguirre. El mayor de sus hijos, Francisco Aguirre, fue el director de canal.

De acuerdo con el testimonio de una de las hijas—especializada ahora en una empresa de audiolibros—el Canal 13 comenzó a dejar utilidades hasta el tercer año, en 1971, época en la que ingresó como accionista el empresario Alejo Peralta; quien llegó a ser propietario del 49% del capital de la televisora, sin embargo, en 1972, decidió vender su parte correspondiente de acciones al Gobierno Federal, lo que colocó en una situación de desventaja a Francisco Aguirre ya que éste había vendido con anterioridad al Gobierno Federal el 10% de las acciones del canal.

Ante la presiones del Gobierno de Luis Echeverría en 1972, Aguirre dejó el negocio de la TV.

La estatización se llevó a cabo dentro de un contexto caracterizado por la necesidad del régimen de reforzar su presencia en los medios electrónicos, luego de lo ocurrido en el 68.

El 6 de agosto de 1969, se creó por acuerdo presidencial la Red Federal de Televisión, integrada por 37 estaciones que se repartían en toda la República. Para su surgimiento se consideró que:

...independientemente de la existencia de estaciones de televisión concesionadas, (se estima necesario que) el Ejecutivo Federal cuente con estaciones dedicadas a difundir programas de índole cultural, educativo, instructivo, de capacitación y de información acerca de los acontecimientos nacionales e internacionales.⁽⁹⁾

Pese a que desde enero de 1972 se habían comenzado a filtrar en la prensa las primeras versiones que daban cuenta de la estatización del Canal 13, no sería sino hasta el 15 de marzo de ese mismo año que oficialmente se anunció su adquisición por parte del Gobierno Federal a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial SA (Somex), que actuó como institución fiduciaria. Una semana después, se daba a conocer el Plan Nacional para el Desarrollo de la Televisión Rural, el cual se ratificaría con la publicación del decreto respectivo el 19 de abril de ese mismo año.

A esta entidad se le denominó primero Televisión Rural del Gobierno Federal, luego Televisión Cultural de México, y más tarde Televisión de la República Mexicana (TRM). Se creó con la finalidad de que el gobierno Federal difundiera señales de televisión en zonas rurales, marginadas, en las que el sector privado, concretamente Televisa, no tenía el menor interés de llegar, el menos hasta ese momento.

3.1.2.- DE CANAL 13 A IMEVISIÓN

Durante el Sexenio de José López Portillo hubo la necesidad de impulsar reformas tanto en lo político como en lo administrativo (debido a la devaluación del peso en 1976), para hacer frente a las demandas de la población y del sector privado.

En ese contexto, las acciones de gobierno relacionadas con la radio y la televisión, se encaminaron hacia los siguientes objetivos:

- La organización de los medios de comunicación del Estado bajo una coordinación única a fin de poder difundir de manera eficaz el discurso gubernamental,

- la incorporación de éstos al proyecto de reformas política, con la finalidad de controlar y restringir los mensajes de la oposición, entre otros aspectos.

En 1977, el Canal 13 cambió de estatus jurídico para ser resectorizado en la Secretaría de Gobernación. Con el propósito de cumplir con las nuevas atribuciones de dicha secretaría, se creó la Dirección de Radio, Televisión y cinematografía (RTC), y se designó como su titular a Margarita López Portillo, hermana del Presidente de la República.

En el marco de la reforma política, también se presentó una iniciativa presidencial que proponía reformar y adicionar el artículo sexto de la Constitución, para efectos de que el derecho a la información fuera "garantizado por el Estado".

Como sabemos después de innumerable intentos y de una polémica que sigue viva en nuestros días, se determinó postergar indefinidamente la reglamentación del derecho a la información.

El instituto mexicano de Televisión (Imevisión) fue integrado con el Canal 13, las redes de Televisión de la República Mexicana de la República Mexicana (TRM), el Canal 8 de Monterrey, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la Teleproductora del Distrito Federal.

En 1982 el Presidente De la Madrid ordenó se realizará una auditoría al Canal 13, la cual tuvo como resultado el encontrar una serie de anomalías, tantas que para 1985 dicho canal tenía una deuda que alcanzaba los ocho millones de dólares.

3.1.3.- EL CANAL 7

La reestructuración de la televisión de Estado dio lugar a la creación del Canal 7, este nació el 18 de mayo de 1985.

A partir del surgimiento de Imevisión, el Gobierno Federal toma la decisión de que el patrimonio de Pronarte –institución creada en 1977 para producir programas que se transmitían en tiempos oficiales–, así como el de TRM, pasaran a poder de los canales 13 y 7. Lo anterior para poner fin a los graves conflictos entre Pronarte y TRM. Finalmente, Pronarte sería liquidada como organismo descentralizado el 4 de marzo de 1985.

Se manejó que el Canal 7 iba a orientar a las clases populares, por lo que entre el 70 u 80% de las transmisiones estarían destinadas a resaltar los valores nacionalistas y las manifestaciones culturales y deportivas.

Uno de los conflictos más fuertes que enfrentó Imevisión se dio dentro del marco del Mundial de fútbol de México, realizado en junio de 1986, finalmente Televisa habría obtenido 20 millones de dólares por concepto de publicidad, y cinco mil 272 millones de pesos por su 75% de participación en Teleméxico. En tanto que Imevisión sólo consiguió tres millones de dólares por concepto de publicidad y mil 737 millones de pesos por su 25% de recursos aportados a la empresa.

3.1.4.- LA PRIVATIZACIÓN

En 1988, el Presidente Carlos Salinas aplicó profundas medidas de afianzamiento político en diversos terrenos, destacando el de la comunicación social.

El 14 de septiembre de 1990, la Secretaría de Gobernación anunció que se pondrían a la venta los canales 7 y 22 de la Ciudad de México, así como el 8 de Monterrey. Además decidió comprimir la programación de todos los canales en el 13, cuya señal era transmitida, simultáneamente en las tres frecuencias.

3.1.5.- VENTA DE IMEVISIÓN

El secretario de Comunicaciones y Transporte, Andrés Caso Lombardo, en el marco del encuentro Telecom 92, justificaría esta medida argumentando que el gobierno decidió deshacerse del corporativo Imevisión ya que no se requiere ser dueños de los medios de comunicación para que esta sea eficiente.

Por su parte el Presidente Salinas ahondo más en el tema con el siguiente anuncio publicado en la Jornada, el 10 de abril de 1992, en Primera Plana:

Con la venta del Canal 13 y de El Nacional, el Estado redefine su papel en el terreno de la comunicación social, pero no dejará de cumplir sus compromisos y obligaciones en la materia, como son: regular las concesiones, garantizar la libertad de expresión, proteger los derechos de los comunicadores, así como crear y recreas condiciones para su desarrollo.

En agosto de 1992, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público informaría que la licitación para los canales de televisión se realizaría durante el primer trimestre de 1993.

Para efectos de realización de la subasta, la Unidad de desincorporación de la Secretaría de Hacienda, a cargo de Jacques Rogozinsky, inició en agosto de 1992 los trámites legales para que, al igual que había ocurrido con el 7, algunas de las repetidoras del 13 pasaran de permisionarias a concesionarias. Sin este trámite el proceso no tendría validez..

Recordemos que las estaciones permisionarias, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), tienen un carácter de organismos públicos, culturales y/o de experimentación. La concesión, en tanto, es un bien nacional que se otorga a un particular.

Para cumplir con ese requisito, se convocó, como primer paso, a un concurso en donde hasta el final quedaron dos solicitudes. La de Televisión Azteca y la de un empresario norteamericano, Arnaldo Cabada de la O-propietario del Canal 44 de Ciudad Juárez-, cuya petición fue descalificada por no garantizar el interés social de las operaciones.

El 8 de febrero de 1993, el diario Oficial de la Federación (DOF) publicó el decreto a través del cual la Secretaría de Comunicaciones concesionaba a televisión Azteca 90 frecuencias que eran parte del Canal 13, a fin de transferir los permisos con los que venían operando en concesiones.

En relación a Televisión Azteca, las autoridades sólo informaron que se trataba de un grupo independiente, aunque en el fondo era una empresa paraestatal creada ex profeso, que se había comprometido a realizar inversiones del orden de los 651 millones 344 mil nuevos pesos, esto salió publicado en El Financiero, en 1993.

El total de las repetidoras que tenía el 13 eran 152, por lo tanto sólo se habían otorgado 90 y las 62 restantes se otorgarían de manera directa a Televisa, esto salió a la luz pública el 28 de noviembre de 1993.

Antes de iniciar formalmente la licitación, los empresarios interesados en la misma propusieron diversos esquemas de participación para los canales 13 y 7. Mientras se acordaba el esquema más apropiado, los empresarios extranjeros siguieron presionando con el propósito de que pudieran ser considerados en la licitación.

A esta lista de inversionistas extranjeros se sumaría la de empresarios nacionales que también habían externado su interés en esos medios, tal era el caso de Ricardo Salinas, de Elektra; Javier Sánchez Campuzano, del Grupo Siete; Horacio Altamirano, de Videomax; Aurelio López Rocha, de Calzado Canadá; Francisco Ibarra, de Grupo Acir, Francisco Aguirre, de Radio Centro; y Alfonso Romo, de Pulsar, entre otros.

Finalmente el día 18 de julio de 1993, la Secretaría de Hacienda daría a conocer las ofertas de cada una de las empresas. Radio

Televisora del Centro, encabezada por Ricardo Salinas, ofreció 645 millones de dólares, Cosmovisión, 495 millones; Medcom, 454 millones; y Geo Multimedia, 416 millones de dólares.

Resultó ganador Ricardo Salinas, hijo de Hugo Salinas Rocha, creador en 1950 de una fábrica de radios con la razón social "Elektra Mexicana".

4.- TELEVISIÓN AZTECA

El dueño de Televisión Azteca con la finalidad de ampliar la cobertura de los canales y mejorar la infraestructura técnica, realizó diversas acciones como, la adquisición de 10 nuevos transmisores, con lo que aumentaría la cobertura del Canal 7 en un 40% y la del 13, en un 65%.

A ello se agregaría la ampliación de la red, TV Azteca en cuatro años – de 1993 a 1997—logro pasar en lo que respecta al Canal 13, de 90 a 128 estaciones, y en el 7, de 78 a 120. (10)

En septiembre de 1994, en el momento en que Televisa se aprestaba a negociar su famoso Plan Francés, TV Azteca dio a conocer su Plan Mexicano, un esquema cuya filosofía era que el anunciante pagara con respecto a *ratings* reales. Con éste se buscaba que la inversión fuera anual, sin ningún anticipo de por medio –como sucedía en la propuesta de Televisa–, aunque sí se le pedía al anunciante un compromiso de pago mensual.

También como parte de su proyecto inicial, TV Azteca firmó el 26 de julio de 1994 una alianza estratégica con la televisora estadounidense NBC. A través de ésta, la cadena se comprometía a adquirir entre un 10 o un 20% de las acciones, además de proporcionar asesoría técnica, administrativa y comercial, así como apoyo en programación.

Pero esto no sucedió, ya que el 3 de abril de 1997, la NBC informó que sólo adquiriría 1% de las acciones, lo cual de inmediato provocó la reacción de TV Azteca, que además se quejó de que la cadena no había cumplido con el apoyo técnico y de programación al que se comprometió. Por lo anterior Salinas Pliego presentó el 29 de abril de 1997 una solicitud de arbitraje ante la Cámara Internacional de Comercio de París. Pero mientras eso ocurría aquí, Salinas Pliego suscribió a mediados de 1996, un convenio con la cadena Telemundo de aquel país, para producir programas de TV, en particular telenovelas y participar en los planes de comercialización de los mismos.

A finales de 1997, cuando Telemundo fue puesta a la venta, TV Azteca mostró interés en tener algún tipo de participación, aunque hasta enero de 1998 no existía algún acuerdo. De igual forma comenzó a preocuparse por el mercado centroamericano y en diciembre de 1996 anunció que compraría acciones del Canal 12 de El Salvador y que participaría en los canales 5, 7 y 13 en ese mismo país.

En junio de 1997 TV Azteca adquirió el 60% de las acciones del Canal 35 de Guatemala, por un costo aproximado de un millón de dólares, y en agosto del mismo año, llegó a otro acuerdo para adquirir el 50% del Canal 13 de República Dominicana, Meses después adquirió el 75% de las acciones del Canal 4 de Chile, en una transacción de tres millones de dólares.

Algunas de las figuras más renombradas de esta Empresa de Televisión Azteca son José Ramón Fernández, es referencia obligada cuando se habla de programas de deportes en televisión. Él y DeporTV constituyen en muchos sentidos un binomio que caracteriza la polémica en esta materia.

Patricia Chapoy, al separarse de Televisa ha mostrado talento que la empresa que la creó, no supo aprovechar en todo su potencial. Por su parte Javier Alatorre es probablemente uno de los personajes jóvenes más conocidos de la TV mexicana. El noticiero de Hechos ha sido un trabajo de reconocido esfuerzo.

Podemos mencionar también a Sergio Sarmiento por su trayectoria periodística, a Víctor Trujillo, Javier Solórzano Zinser y aunque nacido en España, Joaquín López Dóriga debe ser considerado como periodista mexicano, tanto por su decisión de adoptar esa nacionalidad, como porque desde el inicio de su carrera como reportero se formó en la prensa de nuestro país

Para finalizar este capítulo mencionaré, que en el mes de diciembre de 1997, la S.C.T., le entregó a TV Azteca al igual que a Televisa, un permiso para operar dos canales—en el Distrito Federal y en Guadalajara—de TV digital, con una vigencia de dos años y la posibilidad de una prórroga por un periodo igual.

Es notable el desarrollo de las 2 Televisoras más importantes de nuestro País, no cabe duda que el reto que tiene por delante es impresionante si tomamos en cuenta el capital que necesitan para seguir luchando por estar a la vanguardia en todo momento.

CITAS

- 1.- Balle Francis. Comunicación y Sociedad, Evolución y análisis comparativo, Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991, pag. 114.
- 2.- Chinchilla Marin, Carmen. La radiotelevisión como servicio público esencial, Editorial Tecnos, Madrid, 1988, pag. 61.
- 3.- De la Herrán, José. México: televisión en 1931, Revistas de Revistas, número 3970, febrero de 1986, pag. 22.
- 4.- Una fotografía de la propia señora Fonseca sirvió también para realizar algunas tomas, ya que las pruebas duraban varias horas y era imposible tenerla de modelo todo ese tiempo.
- 5.- Tele Cine, número 30, mayo-junio de 1952, pp. 9, 10.
- 6.- Mejía Barquera, Fernando. La Industria de la Radio y la Televisión, Editorial Fundación Manuel Buendía, México, 1991, pag. 166.
- 7.- Ibid p. 167.
- 8.- Boletín Radiofónico, número 62, 31 de marzo de 1955.
- 9.- Mejía Barquera, Fernando. La Industria de la Radio y Televisión y la política del estado mexicano (1929-1994), Editorial Fundación Manuel Buendía, México, 1993, pag. 438.
- 10.- Mejía Barquera, Fernando, La Crónica de Hoy, 25 de agosto de 1997, pag. 22.

CAP. II.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A) CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

Según el Diccionario Enciclopédico Hispano Mexicano, el concepto de comunicación es acción y efecto de comunicar, así como para esta misma fuente comunicar es hacer a otro participación de alguna cosa o descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa.(1)

Se explica la comunicación como un proceso biosocial que depende no sólo de la memoria humana, sino de factores tales como la percepción, la interacción simbólica y las convenciones culturales de lenguajes específicos. Se considera asimismo la manera en que la comunicación de masas depende de tales procesos básicos.

Para el autor J. Antonio Paoli la comunicación es "... el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado."(2). El mismo autor en relación a ésta definición nos señala lo que es la palabra significado. "...Tomaremos la terminología de Ferdinand De Saussure y "llamaremos signo a la combinación del concepto y de la imagen acústica". Es decir, el signo es la combinación de dos elementos: significado y significante. El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante. Para nosotros el significante podrá ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor, algo suave o áspero."(3)

Es cierto como lo señalan algunos autores que el derecho apenas se ha ocupado del fenómeno de la comunicación y de la información, pese a la gran expansión de las llamadas ciencias de la comunicación y de los enormes avances en la informática. Las doctrinas de dichas ciencias definen a la comunicación como un "proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra" y como "la transmisión de información de ideas, de emociones y habilidades por medio de símbolos, palabras y demás expresiones sensoriales".

Observamos que estas definiciones son mecanicistas, pues describen más el proceso de la comunicación que definir la ciencia misma. En estas no se incluye al factor social, a la sociedad como tal, posible sujeto próximo a la definición. Para estas doctrinas "...no existe una sociedad jurídicamente organizada, con reglas de comportamiento interno bien determinadas..." sino que tan sólo "...miran grandes masas humanas, objetos de influencias y afectaciones a través de la comunicación..." menos aún, no se alude al interés público y social con que el legislador ha caracterizado toda esa materia.

Y olvidan la reserva legal de dominio que ha formulado el estado mexicano acerca del espacio aéreo, acerca de las operaciones de comunicación masiva, sujetas a previa concesión o permiso.

Para el Doctrinario Barragán, la comunicación no se aleja de un orden normativo que no sólo es dentro de la libertad sino dentro del orden social y el bien común. Este autor reitera que "...el fundamento de la comunicación es la sociabilidad del hombre, nota puesta a la esencia del ser...", siendo la sociabilidad un principio tendiente a la autodeterminación y a la libertad.

Para el maestro Sergio López Ayllón, el concepto de comunicación es un fenómeno universal, base de la sociabilidad, ligado a las necesidades materiales e inmateriales del individuo y que contempla la totalidad de las relaciones entre el ser humano, su entorno, sus semejantes y consigo mismo. Dice que a través de la Historia, la sociedad se ha preocupado por estudiar estos fenómenos de la comunicación. Señala que existen intelectuales que consideran a los filósofos griegos como los primeros en estudiar al fenómeno de la comunicación. Pero hasta la década de los treinta fue cuando empiezan a estudiarse en serio las llamadas "ciencias de la comunicación", lo anterior sucede cuando el desarrollo económico, técnico y científico de las sociedades industriales hace posible, la creciente necesidad de prestar atención al conjunto de problemas relacionados con los conceptos de información y comunicación.

Apunta que esta creciente complejidad trae consigo el problema de que, al diversificarse su estudio y ampliarse su campo de aplicación, se traducen nuevas y con frecuencia contradictorias, formas de entender dichos términos.

"...Puede decirse que hay tantas definiciones de comunicación e información como campos de aplicación y estudio existen para estos fenómenos." (4)

1.- CONCEPCIONES FUNCIONALISTA, ESTRUCTURALISTA Y MARXISTA

López Ayllón, divide, para su estudio al concepto de comunicación en tres tipos de concepciones: La funcionalista, la estructuralista y la marxista.

- a) Funcionalista.- Se basa en la idea de que el todo social es como un organismo determinado dividido en órganos resaltando sus funciones. Para esta corriente el postulado básico es la unidad

funcional de la sociedad, a fin de obtener el equilibrio interno que haga posible la continuidad del sistema. "...la comunicación y la información se estudian dentro del funcionalismo a nivel fenoménico (observable empíricamente). Aún cuando se habla, como lo hace W Schramm, de estudiar no sólo a nivel manifiesto sino también el latente, éste se exterioriza en una serie de signos que pueden ser observados en forma directa, u aún cuantificable."

- b) Estructuralismo.- Esta corriente del pensamiento sociológico parte del supuesto de que la sociedad se constituye por medio de una serie de relaciones entre los individuos, similares a las que se dan en el fenómeno del lenguaje. Para esta corriente la estructura parte de modelos predeterminados. Para el sociólogo Levi-Strauss, los fenómenos sociales son fenómenos de comunicación, siendo que la comunicación, en cualquier sociedad constituirá un conjunto estructurado de significaciones. Para esta corriente sociológica, la comunicación no puede estudiarse como fenómeno social sino como una estructura en sí.

- c) Marxismo.- Considera a la sociedad dentro de una estructura donde su movilidad es el materialismo histórico dialéctico, o sea, la movilidad dentro de la lucha de clases sociales. Se basa dicha estructura en dos sub-estructuras, la infra-estructura, que es la economía, y la super-estructura, donde se encuentran el derecho, la humanística y la ideología. Dentro de esta última, se encuentra la comunicación. Existen dos líneas del pensamiento marxista que desarrollan el problema de la ideología. Para Louis Althusser, la ideología es "un sistema de representaciones, de creencias, de valores" cuya génesis es la experiencia, constituyéndose lo que es un punto de vista de clase, de clase social, siendo que dicho punto de vista de la clase social que lo enarbola es un instrumento de la misma ideología de clase, a lo que la comunicación y la información que ésta contiene, son instrumentos de la ideología de la clase social determinante o no determinante. Por su parte Gramsci y Schaff apuntan que la ideología puede ser una falsificación de la realidad dentro del terreno de lo no científico, ya que en el campo de la ciencia, la ideología es el impulso a un cambio social. Para esta corriente, la comunicación es parte de una estructura de significados los cuales existen en razón de ciertas estructuras sociales, las de su propia clase social, y por su conciencia de clase, creando una diversidad de significados que pueden ser hasta contradictorios unos con otros.

Al continuar el maestro López Ayllón describe a la comunicación como un proceso dinámico, inmerso en una sociedad concreta, que a su vez será, condicionado y condicionante de ésta. Como proceso, los

elementos que lo constituyen están interrelacionados y, sin definir su contenido, tenemos emisor, mensaje, un canal y un receptor o destinatario. Señala que dichos elementos serán útiles en el análisis cuando se les ubique en el contexto en el que actúan, al cual debe de considerársele también como un elemento del proceso de comunicación.

También debe analizarse la forma y función en que la fuente trata de influir al receptor, o sea, la intención que se tiene al emitir un mensaje.

Para comunicarse, indica, es necesario tener significantes comunes que, en base a experiencias parecidas, se evoquen en común para establecer una relación entre fuente y receptor; de lo contrario no habría comunicación. Los significantes deben expresarse en forma de signos y símbolos comprensibles para que las partes se involucren en el proceso de comunicación. De esta forma se puede definir a la comunicación como una interacción humana a través de símbolos y signos que se evocan en común.

A lo anterior el mismo López Ayllón comenta:

"La definición anterior, simple descriptora del proceso de comunicación, si bien es necesaria, resulta demasiado estrecha para comprender el complejo y amplio fenómeno de la comunicación...si la comunicación es el fundamento de la sociabilidad humana, ésta implica no sólo el intercambio de ideas, mensajes o noticias, sino también el quehacer individual y colectivo que engloba el conjunto de las transferencias e intercambios de ideas, hechos, datos, conductas, bienes, etcétera. Comprende, en su sentido más amplio, toda la actividad humana".(5)

Para finalizar este punto se puede desprender de lo comentado que la comunicación en su sentido más amplio comprende, toda la actividad social. Al respecto la UNESCO afirma: "el desarrollo personal, la identidad cultural, la libertad, la independencia, el respeto a la dignidad humana, la asistencia mutua, una mayor productividad, una mejor salud, etcétera, son algunas de las necesidades que se pueden alcanzar mediante la comunicación".(6)

En opinión propia entiendo a la comunicación como un proceso de interlocución indispensable de un ser humano para comunicarse con otro y como resultado de la evolución este proceso se va modificando conjuntamente.

Debo señalar que esta necesidad de comunicarse está íntimamente ligada a la naturaleza del hombre ya que, como un ser determinado para vivir en sociedad y para poder sobrevivir en ella debe adaptarse y es aquí donde necesita estar en contacto con otros seres humanos, logrando lo anterior con ese tan mencionado proceso de comunicación, de ahí la vital importancia del desarrollo de dicho proceso a lo largo de la historia de la humanidad, ayudándonos a cubrir necesidades de primer orden.

B) CONCEPTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

De referencia tomaré dos categorías generales, Medios "comunitarios" de comunicación y Medios de comunicación "de masa". Los primeros nunca trascienden la comunidad, por ejemplo; dentro de una Secretaría de Estado, hay una secuencia Institucional-administrativa según la cual los memorandums internos serán acatados y discutidos por los trabajadores de dicha Institución.

En cambio los medios de comunicación de masa transmiten el mensaje, y según el Diccionario Básico de la Comunicación los define como "... las diversas formas Industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo: televisión, periódicos, radios, discos, libros, publicidad, etcétera. Penetran prácticamente en toda la población rural, intentando imponer formas universalizantes de comportamientos y consumo."

López Ayllón, de acuerdo con la clasificación del concepto de comunicación que antecede, divide el concepto de los medios de comunicación.

Así, para la corriente funcionalista, dice, los medios de comunicación son considerados "...como instituciones que cubren ciertas necesidades de la estructura...", para el estructuralismo, señala, los medios de comunicación son considerados "modalidades de transmisión" que por medio de los cuales, "... los hechos, ya cargados de significaciones, se reestructuran en formas que pueden enriquecer más o menos su fuerza de expresión..." para el marxismo, apunta, los medios de comunicación masiva están vinculados con el medio social al que pertenecen y en el que participan como condicionantes y a la vez condicionados del mismo.

Considera que los medios de comunicación masiva deben ubicarse como parte de la sociedad, condicionantes y condicionados por ésta. Son aparatos ideológicos "...que tienden a presentar un conjunto de mensajes no neutrales, por cuanto están dentro de las estructuras significativas acorde con el interés de la clase dominante.

De acuerdo con esta corriente ideológica, los medios contribuyen al cambio social "...en la medida que, con creatividad se opongan a los de la clase dominante tiendan a formar o reforzar un proceso de concientización..."

El investigador López Ayllón da su propia concepción:

"...puede establecerse, sin pretender una definición, que estos medios son, básicamente, técnicas e instrumentos concebidos para la difusión masiva de mensajes...surgen junto con los procesos de urbanización o industrialización, fenómenos que, entre otros, han creado las condiciones sociales necesarias para el desarrollo de la comunicación".(7)

Con esta definición reafirma que son agentes socializadores o aparatos ideológicos de una gran influencia social.

"Uno de los principales problemas que se estudian en relación a los medios de comunicación masiva es la influencia que alcanzan los mensajes difundidos por éstos en el contexto social en el que funcionan. Al respecto hay tres posiciones básicas:

1. La de quienes piensan que el medio por el que se transmite el mensaje tiene mayor influencia que el contenido de éste.

2. La de quienes toman en cuenta primordialmente el contenido y le reconocen al medio únicamente efectos secundarios.

3. Quienes consideran que el factor determinante es el contexto social en el que se transmite el mensaje".(8)

Apunta que esta concepción la más global a criterio de la UNESCO, es la que explica la función, la importancia y las "...implicaciones de la comunidad a través de medios que permiten una enorme multiplicación de los mensajes..." Es indispensable señalar que los medios de comunicación masiva adquiridos por personas físicas son comerciales y no sociales. "...venden noticias y cultura, la información se transforma en mercancía que obedece a la ley de la oferta y de la demanda; que es viable sólo si ofrece beneficios...", pero no niega que tienen una importancia fundamental como fuente principal de información, que articula a la opinión pública, lo cual representa, dice, un serio problema. La cuestión es si los medios reproducen o dirigen la opinión pública. Lo cierto es que, ambos, son "procesos interrelacionados".

La selección y presentación de la información tiene un papel en la información de la opinión pública, máximo si el individuo adquiere una parte importante de su conocimiento del mundo a través de los medios de comunicación masiva.

Es válido aclarar que nos referimos a los medios de comunicación sociales, masiva o colectiva (prensa, radio, tv, cine satélites, etc.) ya que es fácil confundirlos con los medios de comunicación en general, que no siempre tienen el carácter de los primeros. Basta poner como ejemplo al lenguaje, el teléfono o el telégrafo.

López Ayllón divide a los medios de comunicación; en primer lugar, los medios que utilizan las ondas radioeléctricas a través del espacio (radio, televisión, satélites, medios telemáticos, etcétera), y en segundo término los medios impresos o la prensa, afirma que un primer problema es conceptualizar jurídicamente a los medios de comunicación social.

Un intento de definición, dice, los considera "...como todos los instrumentos y sistemas de producción, almacenamiento, emisión, transmisión de mensajes..." estos medios, "...forman parte del patrimonio cultural de la humanidad y deben ser considerados de interés público social".

Para mí los medios de comunicación son el resultado del avance en nuestro proceso de comunicación, ya que al surgir la necesidad de comunicarnos con más eficiencia, se han creado dichos medios, todo con esa finalidad.

C) IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es válido anotar que los reconocemos como uno de los progresos radicales que han tenido lugar en cuanto a la capacidad del *homo sapiens* para comunicarse. Los cambios revolucionarios que se dieron en los primeros tiempos en relación a la capacidad de la gente para compartir significados unos con otros han tenido una influencia realmente poderosa en el desarrollo del pensamiento, las formas de comportamiento y la cultura. Es necesario comprender estos cambios y sus consecuencias para valorar un aspecto importante de los medios de comunicación de masas de nuestros días a pesar de estar aquí desde hace poco tiempo, ocupan ya un lugar tan importante en nuestra vida diaria que podrían llegar a conformar el destino de nuestra especie en el futuro.

Aunque la experiencia del pasado no es un indicador fiable para el futuro, es importante mirar hacia atrás y observar lo que pasó en algunos momentos determinantes cuando la gente llegó a ser capaz de comunicarse por medio de formas radicalmente distintas. Es fácil inferir que dichos cambios tuvieron implicaciones profundas en la vida de la gente corriente.

Existen hechos históricos que, de manera fragmentada, nos muestran la relevante función persuasiva que desde su etapa de afirmación cultural como aparato de masa, hasta su actual estado de desarrollo avanzado, han desempeñado los aparatos de difusión colectiva.

Es válido apuntar que la capacidad que tenemos hoy día de mandar mensajes a largas distancias de forma instantánea, transmitiendo simultáneamente significados parecidos, nos es tan familiar que no valoramos su trascendencia, por tanto tendemos a ignorar el cambio de elevada magnitud que esto implica en cuanto al comportamiento humano tomando como referencia la vida humana en épocas primitivas.

Con la aparición de la prensa de masas, comenzó a aumentar marcadamente el ritmo de la actividad comunicativa humana. A mediados del siglo XIX el telégrafo apareció, y aunque no se trató de un medio de comunicación de masas este recurso fue un elemento importante dentro de una acumulación tecnológica que habría de llevar después a los medios electrónicos para las masas.

Pocas décadas después, se realizaron con éxito los experimentos que serían de vital importancia para el cine y para la telegrafía sin hilos. Al comenzar el siglo XX, la sociedad occidental estaba a un paso de

experimentar el desarrollo de ciertas técnicas de comunicación, cruzando la frontera que la imaginación pudo concebir un siglo antes. Como lo sabemos en la primera década del presente siglo, el cine se convirtió en una forma de diversión familiar. Ello fue seguido en la década de 1920 por el avance de la radio hogareña y en la de los 40's por los comienzos de la televisión doméstica. Al comenzar la década de 1950, la radio había alcanzado el punto de saturación en las casas norteamericanas. Se llegó a una múltiple penetración, con receptores radiofónicos para la alcoba y la cocina, más una creciente cantidad de receptores miniatura que funcionaban con transistores. Al finalizar la década de los 50's y comenzar la de los 60's, la televisión comenzó a aproximarse a tal saturación. En la década de 1970 la saturación era virtualmente completa en Estados Unidos y el progreso era muy rápido en otros países.

La comunicación de masas se había convertido en uno de los hechos significativos e ineludibles de la vida moderna.

De lo anterior desprendemos que la era de los medios de comunicación de masas fue una transición que comenzó de alguna manera, a principio del siglo XIX con la aparición de la prensa escrita dirigida al gran público así como el telégrafo y el teléfono. Por su parte los periódicos eran la prolongación de la época de la imprenta mientras que los otros medios nunca fueron utilizados por grandes cantidades de gente. Situándonos en un punto realista la era de la comunicación de masas empezó a principios del siglo XX con la invención y adopción generalizada del cine, la radio y la televisión por parte de grandes capas de población. Fueron estos medios de comunicación los que iniciaron la gran transición que hoy sigue desarrollándose.

En este final de siglo, cuando las transformaciones mundiales en todos los órdenes son de extraordinaria magnitud los sistemas de comunicación han tomado un sentido determinante para las relaciones económicas, políticas, culturales, educativas y sociales del conjunto de las naciones.

Los pasos agigantados suscitados en la tecnología de las comunicaciones han sido el pivote que concretiza la expresión de la - aldea global - ya vaticinada en los años 60's por el profesor canadiense Marshall McLuhan, en la que concurren al mismo tiempo la información, la comunicación y la telemática, con los consecuentes cambios en los patrones de conducta, de educación y estilos de vida.

El desarrollo de las comunicaciones ha hecho realidad la mundialización de los intercambios. La cual se conoce con el término = globalización =, en razón de ésta, las sociedades se encuentran cada vez

más conectadas unas de otras e internamente por redes de información y comunicación que llegan a funcionar de manera universal.

En este orden de ideas encontramos que las tecnologías de la comunicación vía satélite y la parabólica, la televisión por cable y el vídeo, la telefonía celular, el fax, la comunicación vía internet, la digitalización y la computación, así como la multitud de usos y combinaciones que de ellas se pueden hacer y que dan lugar a lo que hoy se denominan supercarreteras, y servicios integrados de información amenazan convertirse en afianzadoras de un sistema universal que inauguraron en su momento los ferrocarriles, la telegrafía, el cable submarino y el teléfono.

De acuerdo a los comentarios anotados es fácil destacar la vital importancia de los medios de comunicación y a continuación la analizaremos de manera específica.

La importancia hoy día asignada a los medios de comunicación es tal que se ha incrementado la tendencia a asignarles un papel de institución hegemónica en el desarrollo del proceso de ideologización.

Aunque los especialistas en la investigación sobre comunicación no han llegado a una plena comprensión del impacto que los medios de masas están causando sobre los aspectos psicológicos, morales, económicos, políticos, creativos, culturales y educativos de la vida del individuo común, han comenzado, en cambio a acumular una base de datos de investigación que habrá de contribuir a la comprensión de esos temas.

Ahora procederé a resaltar los aspectos que considero más trascendentales de los Medios de comunicación.

1.-IMPORTANCIA ECONÓMICA:

Sabemos que el desarrollo económico de nuestro país ha estado ligado al modelo de expansión industrial y de servicios de la economía de estados unidos; por lo tanto no nos sorprende que algunos aspectos de la economía mexicana hayan tratado de reproducir los patrones de crecimiento, así como los mercados y productos que caracterizan al modelo mencionado.

Resulta básico señalar cómo los medios de comunicación masiva de propiedad privada tienen un carácter comercial y no social, ya que venden noticias y cultura, la información se transforma en mercancía que obedece a la ley de la oferta y la demanda; que es viable sólo si ofrece

beneficios. En este orden de ideas la lógica del mercado resulta ser una determinante fundamental en su forma de actuar. Tenemos que el método económico resulta cada vez más necesario para la asimilación de los procesos de comunicación e información. La conversión de la información en un fenómeno comercial constituye un hecho histórico dentro del capitalismo, debido no sólo a sus condiciones externas (amplitud de mercado, desarrollo de los medios de producción, expansión de la "curiosidad pública", etcétera) sino también a las internas de la propia información, al ser ésta un medio determinante en la formación de la opinión pública.

La información pierde, al ser transmitida fundamentalmente por instrumentos de naturaleza comercial, su capacidad de reflejar de manera fiel la realidad histórica, política, social y cultural que da a los hechos su verdadero significado. Lo sensacional ocupa un lugar prioritario sobre lo trascendental por ser más comercial.

Son dos, en forma principal, los aspectos que en la información tienen importantes repercusiones en el sector económico. Primero, al requerir la actividad informativa de gran cantidad de infraestructura como instalaciones, instrumentos, servicios, recursos humanos, etc., tiene un impacto directo en el PNB de los países, en lo relativo principalmente a los renglones de productividad y empleo. Como ejemplo tenemos que desde 1972 en Estados Unidos las actividades de comunicación e información han creado más empleos que todas las demás ramas de la actividad económica reunidas en los sectores primario, secundario y terciario de ese país. Por su parte en México, según datos de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC), el sector de la comunicación social en el conjunto de la actividad económica (empresas productoras para televisión, constructoras de aparatos, volumen de facturación en publicidad, número de empleos, etcétera) representó para 1975 el 1.62% del PIB, cifra que subió en 1978 al 1.66%. Para tener un marco comparativo basta señalar que en el mismo año la industria química tuvo una participación en el PIB del 0.88% y la eléctrica del 1.04%.

Ahora haré referencia al segundo aspecto, el cual implica la capacidad de almacenar, transmitir y utilizar la información, elemento fundamental para la toma de decisiones económicas de los Estados, empresas y sistemas de planeación en general. El manejo de información abarca todos los aspectos, desde el número y control de recursos humanos y técnicos, hasta la situación interna de los países en que operan.

Un principio de gran importancia en la vida económica y social, inmerso en la información es la publicidad y los medios de información;

tienen una virtual dependencia respecto de ésta. Es un hecho que la publicidad proporciona total o parcialmente, los recursos económicos de la mayoría de las organizaciones encargadas de la comunicación como lo son prensa, radio, televisión, etc., constituyéndose así en la base económica de los sistemas de comunicación.

Existe un fenómeno paralelo al de la publicidad comercial y es el de la publicidad oficial. Es un hecho que el gobierno tiene necesidad de informar a la sociedad sobre sus actos y propósitos. Las dependencias del gobierno gastan fuertes sumas de dinero para insertar en los medios de difusión noticias, reseñas, artículos y campañas de gobierno. Cabe señalar que esta información tiene un carácter social; no sólo cubre una necesidad estatal, sino que se convierte en una obligación del gobierno mantener informada a la sociedad sobre su actividad.

Los medios de comunicación representan una fuerza económica de enorme importancia. En relación a este punto la UNESCO afirma:

“En realidad, diversas formas de comunicación y desarrollo han estado siempre ligadas, al menos implícitamente, al trabajo y a la producción, pero las correlaciones que se están multiplicando entre la economía y la comunicación se comprenden y perciben mejor hoy”.(9)

En relación al orden económico que crean los aparatos de difusión, observamos que en su primera fase de desarrollo sobresale el hecho de que, a partir de los años cincuenta, debido a la agigantada necesidad que tiene la producción capitalista de incrementar y acelerar la circulación de mercancías y con ello su proceso de acumulación de valor, el capital estadounidense inicia, a través de los aparatos de difusión de masas, la creación de una nueva superestructura de conciencia que, basada en la estrategia del “desuso psicológico”, convence y activa al público para consumir gran parte de los satisfactores en función a la creación artificial de la “moda”. Este nuevo marco ideológico paulatinamente construye un intrincado ciclo afectivo-cultural que moviliza hasta nuestro días al receptor en función del permanente hábito de recambio cultural que introduce esta práctica ideológica, y que conlleva como trasfondo la necesidad creciente de mantener la circulación de los productos. Esto ocurre tan eficazmente que sólo en la década de 1945-1955, esta nueva práctica cultural permitió que la mayoría de las empresas estadounidenses, especialmente de índole textil y de manufactura de ropa, duplicaran sus ganancias netas como nunca antes se había logrado con medios tradicionales.

En una segunda fase de desarrollo, se destaca, a partir de la década de 1960, una cotidiana y exitosa movilización colectiva que a

través de un ciclo publicitario más elaborado efectúan los principales canales de difusión dominantes para alcanzar el consumo de los productos elaborados por el sector económico oligopólico. Es una movilización fundada básicamente en el valor de uso cultural de las mercancías y no en el valor de cambio material de las mismas. Ejemplo de esto es una de las más recientes movilizaciones culturales a nivel internacional en el campo productos de belleza femenina: el concurso Miss Universo 1980. Fundada en una estrategia publicitaria que, como en pocas ocasiones, ha fetichizado las propiedades de valor de las mercancías, y aprovechando el epicentro cultural que mundialmente provocó el concurso Miss Universo 1978 en la ciudad de México, la empresa Max Factor - declaran sus funcionarios - en un periodo inferior a dos meses "agotó todas las existencias de su línea de cosméticos, teniendo que incrementar la producción por los pedidos que nos siguen llegando".(10)

En el caso particular de la televisión y la economía destaca su impacto como mecanismo de promoción y fortalecimiento de mercados. Ya mencione que a través de la publicidad, la televisión se encuentra vinculada a las estrategias comerciales de diferentes empresas o incluso a la promoción de programas de gobierno. Por ejemplo en el marco de la televisión eminentemente comercial, el tiempo dedicado a publicidad es el que marca la programación de los tiempos de ese espacio, por lo que la demanda de los anunciantes tiene un peso fundamental en la organización y los costos de los programas de televisión.

Otro aspecto interesante es la competencia por las frecuencias televisivas.. El tiempo de transmisión de las empresas por canal está limitado por las 24 horas del día. En consecuencia, una forma de ampliación de esta capacidad es el contar con más frecuencias y canales de transmisión. Sin embargo, las ondas electromagnéticas, que se transforman en la imagen y el audio televisivo, viajan a través del espacio radioeléctrico, el cual es un bien público reservado y regulado por el Estado.

Las nuevas condiciones de la apertura y la globalización, el desarrollo tecnológico y la competencia misma llevaron a considerar una amplia apertura del espacio radioeléctrico en el que se compite en las frecuencias abiertas y en las codificadas que incluyen la TV por cable y la transmisión de señales vía satélite, por lo que cada vez hay más mercados y un creciente tráfico y comercio de frecuencias.

2.- IMPORTANCIA EDUCATIVA:

2.1.- ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN?

La educación consiste en la introyección de las costumbres, normas, ideas, ideales, valores; en fin, de la producción socio-cultural de una agrupación social. La educación es la forma fundamental de la socialización y por consiguiente de la comunicación. Es la asimilación de normas y costumbres sociales y culturales. Esta es involuntaria cuando el sujeto social la asimila, independientemente de su voluntad y sin saber que está siendo educado, e intencional cuando le es determinado un lugar social adecuado como, en el sentido tradicional, las escuelas, institutos, facultades y, principalmente en el siglo XX, los medios de comunicación de masa, como la televisión, la radio, los periódicos, las historietas, etcétera.

En la actualidad es común señalar que los medios de comunicación constituyen un poderoso aparato educativo en un sentido profundo de orientación y formación hacia una forma de vida, educando para la creación y mantenimiento del tipo del hombre necesario para la estructura dominante.

La inserción del sujeto en lo social se realizará a través de la producción educativa, entendida en ese sentido amplio, la educación se asociaría a la comunicación. Aquí hablamos de una educación global, fuera de los centros escolares. Los individuos reciben informaciones sociales distintas. Su principal vehículo es la televisión que expone un lenguaje asimilable y una información que independientemente de su contenido conduce a su espectador a la pasividad y no a la elaboración. El lenguaje televisivo elimina las barreras generacionales, ya que es el mismo para niños y adultos, los artificios que trataron de imponerle, separando programas infantiles y para adultos, no fueron muy satisfactorios.

2.2.- MEDIOS Y EDUCACIÓN

Los medios en general (y la TV en particular por su influencia en los niños) se han convertido de manera paulatina en una preponderante escuela, tanto para la creación de formas de conducta, la visión que el individuo tenga de sí mismo, la sociedad y sus relaciones, como de un modelo de personalidad adecuado a ello. En este sentido nos damos cuenta que no es casual la importancia mayúscula que los sectores políticos y del poder asignan a su control.

Los medios son considerados una institución ideologizadora y es sabido que las instituciones de esta índole son múltiples y coexisten

entre sí, pero siempre una de ellas adquiere un carácter central, ya que ejerce un rol protagónico en el objetivo del estado y por ende de las clases dominantes de actuar como dirección sobre el conjunto de la sociedad. Es obvio que este rol va experimentando diversos cambios de acuerdo con las condiciones históricas, por ejemplo en algún momento la han sido las iglesias, por otro lado conocemos la postura de Louis Althusser de colocar a la escuela como institución hegemónica del presente: " Creemos pues tener fuertes razones para pensar que detrás de los juegos de su aparato ideológico de estado político, que ocupa la parte delantera de la escena, lo que la burguesía ha puesto a funcionar como su aparato ideológico de estado número uno y por lo tanto dominante, es el aparato ideológico de estado dominante, a saber, la iglesia. Se puede incluso agregar: la pareja escuela-familia ha reemplazado a la pareja iglesia-familia.". (11)

Como vemos la afirmación de Althusser es categórica, pero así mismo adecuada a las circunstancias que se veían; ya que hoy día considero que los medios tienen la prioridad. Tomemos de ejemplo la televisión, esta no es un anexo; es sobre todo una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver, los acontecimientos del mundo se nos muestran, las imágenes aparecen en pantalla y explican todo, la televisión se ha convertido en una *paideía* que denomina el proceso de formación del hombre. La preponderancia de los medios obedece a múltiples motivos, algunos son muy obvios como, como la presencia constante de ellos en toda la población, además de llegar mucho antes a los niños que la propia escuela y no olvidemos que mientras los medios llegan a lugares muy recónditos del mundo, la escuela no llega a todos los sectores sociales.

Javier Esteinou al abordar este punto indica que el análisis histórico de las funciones que ejerce el aparato de la cultura de masas demuestra que, si bien en un principio la institución pedagógica ejerció este rango dominante durante el periodo premonopolista la función de vanguardia cultural de la escuela quedó rebasada y sustituida por la nueva operación ideológica que introducen los aparatos de difusión colectiva al interior de la sociedad civil.

2.3.- EL CASO DE MÉXICO

En sus inicios, la televisión en México fue concebida para uso comercial; sin embargo el presidente Miguel Alemán durante el sexenio (1946-1952) estableció bases que ampliarían las posibilidades en el ámbito educativo y artístico a través de la televisión. Entre estas bases tenemos la creación del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, siendo director del mismo el compositor y músico Carlos Chávez. Se

propuso el estudio de la televisión para ser utilizada como “un medio de difusión y enseñanza con fines sociales y culturales”.

En octubre de 1947, por instrucciones de Miguel Alemán, Carlos Chávez nombra una comisión integrada por Salvador Novo y el ingeniero Guillermo González Camarena, asignándoles la tarea de analizar los sistemas de televisión francés, estadounidense y británico, para que nuestro país adoptara el sistema más conveniente.

Rindieron un informe en 1948 destacando observaciones de los trabajos que realizan en la televisión norteamericana y británica:

La televisión es -como su nombre lo indica- la transmisión a distancia de imágenes acompañadas de sonido. El sistema se considera en todas partes como una derivación o consecuencia perfeccionada de la radio. De ahí que tanto en Norteamérica como en gran Bretaña la televisión reciba el tratamiento jurídico y el empleo social que su antecesora la transmisión radiofónica.

La radio -y consecuentemente la televisión- ha recaído en Estado Unidos en manos de la iniciativa privada, asumiendo con ello el carácter de una industria más de explotación comercial. En la gran Bretaña, en cambio, radio y televisión caen bajo el dominio de un monopolio que excluye toda mira comercial en el contenido que imparte a sus actividades.

En cuanto a la televisión francesa se informó:

A pesar de que en la actualidad hay en París una estación de radiotelevisión que sostiene programas regulares para tres mil receptores, no puede hablarse de *standars* definitivos de la televisión francesa, puesto que en opinión de los técnicos de ese país, y según lo pude constatar personalmente, las normas que vayan a tener para el futuro se encuentran aún en proceso de discusión y experimentación.

El nombre del documento que presentaron Salvador Novo y González Camarena fue ***La televisión. Investigación del Instituto Nacional de Bellas Artes***, en el cual Novo hizo una serie de observaciones acerca de la función social y educativa, así como del impacto de la televisión en cada uno de los países visitados, en tanto que González Camarena describe las características técnicas, costos de instalación y operación de la televisión en Estados Unidos, Francia y Gran Bretaña.

Aquí Salvador Novo realiza una severa crítica a la radiodifusión comercial a la que caracteriza como "locuaz agente de ventas" y en cambio exalta el sentido cultural y educativo de la programación de la televisión producida por la BBC. Y advierte la posibilidad de "inspirarse un plan digno de consideración futura para el aprovechamiento de la radio y la televisión como instrumentos auxiliares de la enseñanza académica". (12)

Así mismo indica que si en México se realiza ya sea en la radio, o en la televisión, una actividad semejante o un aprovechamiento de esos medios para la educación, deberíamos contar con los receptores adecuados y suficientes, del plan de trabajo necesario, y de la cooperación de los profesores en la novedosa forma de auxiliar sus tareas y complementarlas.

Salvador Novo en sus recomendaciones apunta hacia la función y el uso educativo que tiene la televisión y para ello toma de ejemplo principalmente el caso británico. En cambio, González Camarena al realizar sus observaciones técnicas y de presupuesto sugiere emplear el sistema de Estados Unidos.

En 1948 el Excélsior publica la declaración del señor Meade Brunet, vicepresidente de la Radio Corporation of America y gerente de la RCA International Division, donde indica que el estudio de la televisión constituye una necesidad cultural y económica imperiosa que confronta la industria moderna así como los gobiernos nacionales. Reconoce que la televisión no sólo ofrece horizontes vastos y novedosas fronteras de diversión, sino que es un medio de gran fuerza como elemento cultural y económico. Finaliza apuntando que los líderes de la industria ven en la televisión la solución del problema educativo del mañana.

Considero que el beneficio sería mayor para la sociedad hoy en día, si se hubiera optado en su momento por otorgar a la televisión matices más culturales como el modelo francés, y no perdiendo de vista establecer

Dentro de los antecedentes experimentales para utilizar este medio como un elemento educativo encontramos que la VIII Asamblea Nacional de Cirujanos realizada en el Hospital Juárez autorizó a Guillermo González Camarena llevar a cabo la primera transmisión por TV en blanco y negro de dos operaciones quirúrgicas. Lo anterior ocurrió el 15 de noviembre de 1948.

Respecto a esta demostración experimental El Universal edito la siguiente nota el 16 de noviembre:

Con dos brillantes operaciones inició ayer sus labores en el quirófano del Hospital Juárez, la VIII Asamblea Nacional de Cirujanos, a partir de las ocho horas.

Las realizaron con todo éxito, una el doctor Ralph Colp, de Nueva York, quien operó una úlcera gastroyeyunal, y la otra el doctor José Aguilar Alvarez de México, quien intervino una úlcera gastroduodenal.

Estas intervenciones, según opiniones recogidas entre otros congresistas que las presenciaron, se llevaron a cabo con el máximo de calidad técnica operatoria y completa eficiencia, con la circunstancia que son de las más difíciles y delicadas en las cavidades del vientre.

Las presenciaron gran número de médicos que asistieron a la asamblea, así como practicantes y enfermeras. Por primera vez en México y en América Latina, fue empleado en este caso el maravilloso invento de la televisión.

Los finos aparatos instalados en la sala, donde solamente estuvieron los operadores y sus ayudantes, captaron todos los detalles técnicos de las operaciones y nítidamente las transmitieron –por medio de pantallas- al auditorio del Juárez, donde se había congregado numerosa concurrencia.

Este sistema permite una divulgación mayor de los procesos quirúrgicos importantes, con resultados pedagógicos indiscutibles, ya que pueden ser observados fácilmente por personas interesadas en apreciarlos, que antes no tenían acceso al sitio en que se efectuaba la operación.(13)

La crítica internacional, y sobre todo la norteamericana realizó halagadores comentarios sobre este nuevo procedimiento que se utilizaba en nuestro país por primera vez.

Después de esta transmisión el Director de la Escuela Nacional de Medicina sugiere el uso de un equipo de televisión para la enseñanza. Y es en 1948 cuando se crean el Departamento de enseñanza Audiovisual (DEAV) y el Departamento de Ayudas Audiovisuales dependientes de la Secretaría de Educación Pública. De igual forma tenemos que en 1951, se crea la Dirección General de Educación audiovisual (DGEA) de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para producir, adquirir y distribuir materiales educativo audiovisuales, y en específico de radio y televisión. El antecedente de instauración de la DGEA es la Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) realizada en 1947.

Seis son los centros estatales de enseñanza audiovisual organizados por la DGEA, así mismo realiza cursos de adiestramiento en la enseñanza primaria y funda la escuela de enseñanza audiovisual.

En 1950 y 1951, la Escuela Nacional de Medicina, que contaba con 700 alumnos, padeció problemas de sobrepoblación, ya que los estudiantes representaban casi la cuarta parte del total de los alumnos inscritos en la Universidad Nacional Autónoma de México. Por esta razón, José Castro Villagrama, director de la institución, declara durante el primer Congreso de Anatomía que la educación debía hacerse mediante programas mínimos y esenciales, y esto ameritaba de los recursos de audiovisión existentes. El doctor Castro Villagrama solicitó al ingeniero González Camarena que realizará un proyecto para la instalación de un sistema de televisión a color en la Escuela Nacional de Medicina, el cual tuvo un costo de 144 mil pesos y para su adquisición se formó un patronato en el que participaron industriales relacionados con la medicina y la UNAM.

2.3.1.- LOS SEXENIOS PRESIDENCIALES, LA TV Y LA EDUCACIÓN

2.3.1.1.- MIGUEL ALEMÁN VALDÉS (1946-1952)

En el numeral anterior destacué la mayoría de los aspectos que consideré importantes de este sexenio; sólo concluiré con lo siguiente: hacia el final de su sexenio, el 14 de mayo de 1952, el Presidente inaugura el primer sistema de circuito cerrado de televisión a colores como apoyo a la docencia en la Escuela Nacional de Medicina, reconociéndose la importancia del audiovisual educativo en nuestro país.

A dicho acto asistieron, el doctor Luis Carrido, rector de la Universidad y el doctor José Castro Villagrama, director de la Escuela Nacional de Medicina.

La aplicación de la TV a color en el campo de la enseñanza médica se consideró de importancia histórica mundial.

2.3.1.2.- ADOLFO RUIZ CORTINES (1952-1958)

Aquí no tenemos mucha información al respecto, ya que en este periodo la TV no fue aún considerada como un apoyo en el aprendizaje, sin embargo se dio importancia a la educación en zonas rurales y se incrementó el número de escuelas y servicios educativos.

2.3.1.3.- ADOLFO LÓPEZ MATEOS (1958-1964)

En esta época la radio y la televisión ya ocupaban un lugar relevante en nuestra sociedad y consciente de ello el Estado, emitió la Ley Federal de Radio y Televisión. Desde ese tiempo se tocarían temas educativos, culturales y de orientación social, en transmisiones gratuitas con una duración de 30 minutos al día.

El Instituto Politécnico Nacional el 2 de marzo de 1959 inicia transmisiones por el Canal 11 (XEIPN), convirtiéndose en el primer espacio televisivo-cultural y de educación en América Latina. Desde 1958 ya operaba en circuito cerrado.

En este sexenio se logra la organización de la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito para apoyar la educación de la infancia.

2.3.1.4.- GUSTAVO DÍAZ ORDAZ (1964-1970)

En este periodo se concluye la construcción de la red federal de microondas y de la estación terrestre para comunicaciones especiales en Tulancingo, trabajos que la Red Nacional de Telecomunicaciones había iniciado en 1963 para la recepción y transmisión de señales por satélite. Tal señal utilizaba 62 estaciones de TV y 42 repetidoras de Canal 13 en toda la República Mexicana y se comunicaba con Intelsat III y IV.

El programa de Educación Pública contenía un plan que pretendía que los mexicanos fueran alfabetizados, sin que rebasaran la edad escolar, y a la vez se hiciera un máximo aprovechamiento de la televisión y la radio.

En 1968 comienza el primer modelo oficial de telesecundaria en circuito abierto, que tendría posibilidades de ofrecer educación media básica a las poblaciones rurales y zonas marginadas, además de contar con la televisión como instrumento didáctico. Y lo más importante de esto sería que tendría plena validez oficial.

El 1º. de julio de 1969 por decreto de Díaz Ordaz se estipula que los concesionarios de radio y televisión otorguen el 12.5% del tiempo de su programación al Estado, como una obligación fiscal.

Ese mismo año se establece oficialmente la función educativa del Canal 11 de la Ciudad de México, que a partir de entonces dependería de la SEP, pero seguiría siendo operado por el Instituto Politécnico Nacional.

2.3.1.5.- LUIS ECHEVERRÍA ÁLVAREZ (1970-1976)

En este sexenio se crea el Centro de Estudios de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE), en febrero de 1971, con el propósito inicial de apoyar a la preparatoria abierta, así como encauzar las actividades humanas y los recursos económicos que se destinan al fomento y coordinación de los medios y procedimientos de mayor avance dentro de la educación dentro del país.

El 2 de mayo de 1972 inicia sus trabajos Televisión Cultural de México (TCM) para proporcionar a zonas alejadas el servicio de televisión y cubrir las deficiencias educativas que por razones obvias no cubría la TV comercial.

En 1974 se funda la empresa Satélite Latinoamericano SA (SATELAT) con el objetivo de difundir programas culturales y sociales de los países de esa región y enviarlos a Estados Unidos, África y Medio Oriente.

La denominación de Televisión Cultural cambia de denominación a Televisión Rural de México (TRM).

Con lo anterior se cumple el objetivo de castellanización, integración nacional e información oportuna.

2.3.1.6.- JOSÉ LÓPEZ PORTILLO (1976-1982)

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) fue creada el 17 de enero de 1977, dependiente de la Secretaría de Gobernación, encargada de administrar la coordinación, ejecución y producción en radio, televisión y cinematografía estatales y regular el ejercicio del sector privado en esas áreas.

En esa misma dependencia, meses después se establece la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE), que tenía la finalidad de producir programas de radio y televisión, y utilizar los tiempos oficiales de transmisión que corresponden al Estado.

En este sexenio se contempló la importancia de la participación de la SEP en el uso de los medios de comunicación con el afán de satisfacer las carencias educativas para iniciar la producción de programas mexicanos y de origen latino, que reforzaran los conocimientos de nuestra cultura. Se pretendía cumplir estos objetivos, llevando el plan a zonas rurales y marginadas.

Dato interesante resulta ser que en 1976, el doctor Guillermo Soberón, rector de la UNAM, firmó un convenio para la producción

masiva de programas de televisión entre la Universidad y la Fundación Cultural Televisa. El 27 de enero de 1982 se estableció un convenio para la transmisión de programas educativos y culturales en el Canal 22.

2.3.1.7.- MIGUEL DE LA MADRID HURTADO (1982-1988)

Este sexenio se caracterizó por el impulso al uso de los medios de comunicación para la educación y la incursión de ésta en áreas rurales e indígenas.

La telealfabetización da inicio en mayo de 1982, a fin de eliminar el analfabetismo por medio de la transmisión de programas en toda la República Mexicana a través de satélites.

Con la transmisión de programas culturales, científicos y tecnológicos por televisión se aprovechó el tiempo de uso al que tenía derecho el Estado dentro de la televisión comercial con la finalidad de dar acceso a las poblaciones rurales.

El Plan de Desarrollo del Presidente De la Madrid, fue planteado por la Secretaría de Educación Pública en el Programa Nacional de Educación, Cultura, Recreación y Deporte, lineamientos para cumplir los objetivos de los que fue la Revolución Educativa. Las propuestas del proyecto eran entre otras:

- Coordinar producciones audiovisuales, cinematográficas, radiofónicas, televisivas y editoriales.
- Responder a la demanda educativa en áreas rurales con nuevos modelos de educación.
- Difundir tecnología cultural y científica de instituciones de educación superior y acreditar la producción de programas educativos en radio, televisión y medios impresos.

2.3.1.8.- CARLOS SALINAS DE GORTARI (1988-1994)

En este sexenio se contempló a la educación como instrumento necesario para estructurar la cultura en el sistema educativo nacional. Se concedió mayor importancia a los sistemas de educación abiertos y a distancia.

Como parte de los proyectos que coordinara la Educación Media Superior, el telebachillerato adquiere la modalidad semiescolarizada, permitiendo a los egresados del subsistema telesecundaria proseguir sus estudios en sus propias poblaciones y con la plena validez oficial.

También se utilizan los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, entre las que destaca la televisión como medio de enseñanza a distancia, a fin de cubrir con el Sistema de Educación Secundaria la mayor parte del territorio nacional, dar inicio a cursos de regularización para alumnos reprobados, alfabetizar por medio de la televisión en cobertura nacional y Difundir teleprimaria y apoyar a centros de educación permanente, entre otros.

2.3.1.9.- ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN (1994-2000)

Al iniciar su gobierno, el Presidente Ernesto Zedillo dejó ver su interés por difundir la educación con ayuda de los medios de comunicación, en particular de la TV.

El Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000, encierra propuestas concretas en relación a la ventaja que representa para la educación el uso de los medios electrónicos.

El proyecto Centro Siglo XXI, surge en 1995, con la finalidad de incorporar nuevas tecnologías de información en áreas docentes y del sistema EDUSAT, el cual es utilizado tanto en México como en América Latina para la transmisión en señal digital comprimida en seis canales de televisión y 12 de audio, vía satélite. Este sistema permite la pronta expansión de la educación a distancia, así como el envío de la señal de la Unidad de Televisión Educativa en el canal digital 1, del Transponder 5.

Para elevar el nivel de la educación en nuestro país, el Presidente Zedillo propuso:

- Aumentar al 50% para el año 2000, el número de telesecundarias existentes en México.
- Contar con Videotecas y equipo de grabación y recepción de programas del Sistema EDUSAT.
- Donar equipo de reproducción de videos a las escuelas secundarias
- Promover teleconferencias y mesas redondas televisadas para tratar temas educativos, y
- Proveer de infraestructura tecnológica a las escuelas normales del país y a los centros de maestros.

Para finalizar este apartado cabe hacer mención especial al artículo 74 de la Ley General de Educación, que resalta la obligación de los medios de comunicación masiva de contribuir a los fines de la educación.

Aún el camino está intacto, falta que lo recorramos para que en conjunto podamos hacer una integración real y evolutiva con los

medios de comunicación y la sociedad en el proceso de aprendizaje, ya que sin lugar a dudas es de vital importancia, para formar una mejor sociedad.

3.- IMPORTANCIA SOCIAL:

3.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD

La sociedad está integrada por varios elementos, ninguno se da por separado ni en el vacío sino que todos interactúan entre sí, y muchos de los procesos y situaciones que se dan se manifiestan simultáneamente.

Una sociedad se caracteriza, por tener una estructura social específica en donde se generan relaciones de poder múltiples, y porque en ella interactúan varias instituciones. La sociedad está estructurada en la medida en que se conforma por distintos grupos o clases diferenciados entre sí, diferencia que se evidencia en la desigualdad de distribución y acceso a los recursos, y en relación con ello, en el consumo y la apropiación de los productos y bienes simbólicos.

Cada grupo, así como cada individuo posee diferencias en cuanto a sus creencias y valores, en cuanto a sus costumbres, modo de vida y prácticas sociales y a través de ello, trata de darle sentido a su mundo, a sus circunstancias específicas, las cuales como dice Sturart Hall, no las han elaborado ellos, y sin embargo "entran involuntariamente".(14)

En la interacción social la diversidad de valores y prácticas sociales y la desigualdad en la distribución y acceso a los recursos generan relaciones asimétricas de poder entre los diferentes grupos.

3.2.- IDEOLOGÍA Y SOCIEDAD

La ideología contribuye a sostener estas relaciones en la medida en que el significado es movilizado para los intereses de ciertos grupos o individuos. Sin embargo, en el presente, la sociedad dinámica y compleja, más que hacer gala de una ideología dominante compacta y uniforme, manifiesta lo que pueden llamarse "complejos ideológicos" diversos, las relaciones asimétricas de poder no conducen necesariamente a la adopción de las propuestas simbólicas del poder. No se puede hablar entonces de "imposición" de una ideología ya que los agentes sociales son entes dinámicos que construyen el sentido, de acuerdo también a su lugar y posición. Por esta razón se habla de "negociación del sentido", fenómeno que ocurre con los productos

comunicativos de todas y cada una de las instituciones que producen y hacen circular formas y bienes simbólicos.

Tomando como referencia su facultad de amplia difusión ideológica, tenemos que una característica más que desarrollan los aparatos de difusión de masas es una función de multisocializar la conciencia de los agentes sociales dentro de sus etapas elementales de desarrollo social.

Sabemos que hasta finales del siglo XIX la primera etapa de socialización que entablan los individuos con su medio social se da fundamentalmente a través de dos canales básicos de culturización: El aparato familiar y el aparato educativo.

A partir de la función que desempeña la familia dentro de la inculcación cultural, observamos que la conciencia de los individuos solo abarca intereses particulares del núcleo familiar quedando descartada una vinculación con los objetivos de los principales grupos sociales.

Avanzada esta primera etapa los individuos entran en contacto con la segunda red de socialización que esta constituida por el aparato escolar.

Partiendo de éste, el campo cultural de los sujetos se incorpora a intereses más amplios vinculados a las clases y fracciones de clases que participan en la tarea pedagógica.

Hasta la última década del siglo XIX y principios del siglo XX, surge la cultura de masas con la llegada de los emisores colectivos como el cine en 1895, la radio en 1920 y la televisión en 1936 con esto los campos de conciencia de los agentes sociales entran en un nuevo proceso de socialización. Toda esta situación, dependiendo de la clase social a la que pertenece, se inicia por lo común en el periodo que oscila entre la fase de ideologización que desarrolló la familia y la inculcación del aparato escolar, y se prolonga durante la vida social de los sujetos.

Actualmente los diversos medios de comunicación de nuestro país, tanto públicos como privados, están experimentando continuamente un despliegue tecnológico, pero siempre bajo el poder de los mismos grupos empresariales. Es de conocimiento de todos que la Ley Federal de Radio y Televisión surge cuando dichos medios estaban ya establecidos; por lo que su funcionamiento responde a intereses muy particulares.

Precisamente debido al avance de la técnica de los medios masivos, a la evolución de las estructuras, al crecimiento de la cultura de

masas y a la transformación de los contenidos, se ha abierto un gran abismo entre dichas realidades y la Ley Federal de Radio y Televisión.

Cada vez oímos hablar más de una democratización de nuestras sociedades. Y esta democratización pasa cada vez más por la participación y la constitución de la ciudadanía. La paradoja a todos estos deseos son los medios de comunicación masiva. ¿Deseos de quién se están reflejando en los medios?, en primer lugar tenemos la opinión pública, conformada por un puñado de influyentes, analistas, unos cuantos periodistas y los voceros de la sociedad formal: funcionarios del Estado, dirigentes gremiales, empresariales, políticos y empresas marketing. Ellos elaboran el discurso ético y político y establecen lo que la sociedad quiere o rechaza, todo lo que ese "amasijo confuso de lo social" desea sin decirlo, y supuestamente se manifiesta en boca de ellos. En segundo lugar: la masa representada por ciudadanos tomados al azar, que elaboran respuestas de acuerdo a situaciones inmediatas. Finalmente está un tercer protagonista: el marginal. Aquel que es sorprendido en la situaciones más vulnerables y miserables, para alimentar con él el discurso de los valores, al tiempo de entretener al público con sus culpas.

Es muy importante señalar que los medios de comunicación pueden ser útil instrumento para que cualquier sector de la sociedad exprese sus ideas, necesidades y mantenga una relación continua con otras capas sociales, o bien con los gobiernos. El problema está en cómo lograr el acceso de cualquier grupo a los medios de comunicación masiva.

En sus inicios la radio mexicana fue un medio de gran importancia y trascendencia social, pues contribuyó a ampliar los sistemas comunicacionales, la emisión de mensajes a públicos heterogéneos y fue la difusora del pensamiento político, económico, social y cultural de sus tiempos. El medio radiofónico centró sus esfuerzos en la venta de su espacio para poder subsistir y se constituyó en un medio esencialmente comercial y mecánico y poco participativo.

Hizo su programación al estilo estructurado y mecanicista de la radiofonía anglosajona. Las emisoras se convirtieron en meras repetidoras de producción musical, principalmente del género rockero inglés y de estilos norteamericanos. Para promover el crecimiento educativo de la sociedad, el estado implemento sistemas y estaciones propias que difundían programación con contenidos científicos, tecnológicos, sociales, culturales.

Entre ellas el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Radio Educación de la Sría. De Educación Pública y el Instituto Mexicano de

Televisión (IMEVISION), que contribuyeron a analizar la sociedad mexicana desde otro punto de vista.

México se desarrollaba y crecía en forma desproporcionada, la explosión demográfica alteraba la actividad de la sociedad, aumentaban los problemas de vivienda, educación, alimentación, salud, inmigración a las ciudades, y todo ello contribuyó al deterioro del país. Ante tanto conflicto social solo había un punto de solución y esperanza, la educación mexicana. Las Instituciones de educación superior reconociendo la importante labor de los medios de comunicación social, se propone llevar mensajes educativos a mayor número de gente. La radio continúa siendo el medios más económico en cuestión de producción y con mayores alcances. La tecnología permite la proliferación de diferentes tipos de aparatos receptores, accesibles, transportables, manejables, que contribuyeron a hacer de la radiodifusión un instrumento que cubría a los más variados públicos.

Siendo que el Estado otorgó permisos a las instituciones de Educación Superior para organizar y difundir estaciones de mensajes masivos, el objetivo era promover y difundir un amplio programa de extensión cultural y de servicios a través de la radio sin tomar parcialidad hacia un partido político en especial, con el interés de llevar educación a las clases con escasos recursos educativos y de progreso; promoviendo la cultura, el arte y la música.

La comunicación alternativa lo promueven no sólo las radios universitarias sino también los centros de producción de aquellas universidades que compran o establecen convenios para el uso de tiempos en los grupos radiofónicos o radios públicas.

La radio como un medio alternativo se encuentra en la continua búsqueda de una eficiente producción de mensajes, priorizando la participación del público radioescucha con sus opiniones, sugerencias, críticas y conocimientos, preferentemente en vivo y al momento de dar la información. En una civilización que en cualquier momento comenzará a regirse por imágenes virtuales y que reemplazará la realidad por las simulaciones, la participación popular es la más imaginativa y la más real: porque se mide en números cifras y porcentajes. Pero hay un medio que se nos escapa en gran medida a esta aseveración: Es la radiodifusión.

Esto lo afirmamos por dos o tres razones muy simples:

1. Porque sus exigencias técnicas son tan elementales que puede abrirse a la participación sin mayores requisitos.

2. Porque su estructura es relativamente barata y descansa sobre una escala de propietarios medios y pequeños que están en capacidad de abrirse con mayor facilidad a los movimientos sociales y a las circunstancias cotidianas que le son muy propias.
3. Porque su capacidad de desplazamiento le permite escapar con frecuencia a los ojos y el control del poder.
4. Porque es el único medio de comunicación que puede protagonizar una descentralización en nuestro país, sin la cual no hay democracia.

En nuestro país, estamos frente a una crisis de término participación, entre otras crisis, y de esas se hacen parte los medios de comunicación. Les toca a las radios rescatar las acciones de las bases microregiones que gestan y administran sus propias respuestas sociales, económicas y políticas. Por lo tanto nuestro modo de comunicarnos -- es decir, de crear vínculos, aproximaciones, desencuentros, enfrentamientos y acuerdos -- Es lo que contribuye a producir el orden social. La comunicación no es sino práctica productiva de ese orden y resultado de él. La radio debe ser facilitadora de los marginados, como articuladora de grupos y organizaciones empeñadas en el bien común y la lucha por la justicia, como vehículo de información alternativa y de educación crítica, lo cual permitirá establecerse decididamente en el campo de los constructores de una mejor sociedad. Por lo tanto consideremos a la radio como un espacio de producción de cultura y de orden social.

Otro medio muy importante desde el punto de vista social lo es la televisión; y tenemos que en la literatura internacional sobre estudios de TV, la programación alternativa se conoce como "**Programación pro-social**". Esta programación se distingue de la comercial en cuanto propone una serie de modelos de actuaciones deseables según escala de valores compartidos de una cultura. Por ejemplo, algunos programas alternativos tienen el objetivo de fomentar cierto tipo de conductas y opiniones socialmente deseables, otros enfatizan la ayuda mutua, la cooperación, el compartir la superación personal, etc. Sin ser instructivos en el sentido de la palabra, los programas alternativos comparten la intención de la programación educativa, pero se distinguen de ésta en su alcance y diseño.

Dentro de la temática sobre el uso de la TV con fines sociales pueden distinguirse básicamente tres estrategias:

- La primera está inspirada en la teoría del aprendizaje social. Su característica principal es mostrar uno o varios modelos de comportamiento en los cuales los personajes actúan de una manera socialmente deseable. Se espera que los televidentes, al observar estos modelos los copien, o los incorporen en su actuación.
- La segunda estrategia se enfoca a mostrar el conflicto que resulta de la presentación de un estereotipo o su contraparte o significado alternativo. El conflicto se resuelve dentro del mismo programa. A diferencia de la primera estrategia, en esta se invita al telespectador no sólo a observar un modelo deseado sino a pensar y juzgar a partir de presentarle una contradicción.
- La tercera estrategia es una variante de las dos anteriores, se presenta un conflicto pero no se resuelve dentro del programa. La racionalidad que orienta esta estrategia es la de propiciar que el sujeto telespectador resuelva la contradicción por sí mismo o con la ayuda de una orientadora al terminar el programa.

Respecto a los formatos a través de los cuales se estructura la programación alternativa, existen básicamente dos posibilidades. El formato dramático y el de las cápsula informativas. En cualquier formato o estrategia, lo importante es presentar explícitamente el mensaje o significado alternativo. En el caso de la TV su mensaje alcanza un amplio espectro de la audiencia por su naturaleza caracterizada por la posesión de una multidimensionalidad que requiere menos esfuerzo por parte del espectador.

En el caso de nuestro país, es sabido que no sólo la TV se encuentra al servicio de los intereses de grupos de poder, lo que impide que la realidad de los mensajes llegue tal cual al receptor. La TV no impulsa a los espectadores a participar efectivamente en programas de interés colectivo, impidiendo así la participación efectiva de las personas en la toma de decisiones o acontecimientos que le repercuten de alguna forma. Es lamentable observar que los grupos que monopolizan la TV tienen como principal objetivo cumplir sus propios intereses, manipulando y dejando en un estado pasivo al receptor.

Tenemos que aún los más feroces detractores de los medios de comunicación, aquellos que quisieran verlos aniquilados, les reconocen paradójicamente -- con el mismo encono de sus sátiras -- una importante función social. Pero los fenómenos sociales no permiten que con simples o complejos exorcismos nos liberemos de ellos, sino que obligan

a reconocerlos, estudiarlos y trazar políticas factibles de ser ejecutadas e implementadas.

Sería importante que existieran las facilidades por parte del gobierno, las entidades competentes y los medios de comunicación para que cualquier grupo independiente pueda participar en la realización, producción y emisión o difusión de programas apegados a sus intereses insertos en el contexto social que viven, y que pueden tener acceso a la utilización de los equipos tecnológicos y del personal de los concesionarios o permisionarios de cualquier estación de radio o televisión, o de otro medio de comunicación.

Al respecto cabe mencionar que en 1979 sale al aire la primera emisión de *Aquí nos toca vivir* que se convirtió en un espacio de expresión para dar voz a aquellos habitantes de la Ciudad que de otra manera no tendrían como manifestar parte de sus necesidades sociales.

Con este programa, el periodismo social adquiere un rostro y una voz, su conductora es Cristina Pacheco quien comenta que en efecto hacen falta más espacios de este tipo, donde los mismos personales urbanos están tomando y haciendo suyo dicho espacio.

Por otra parte tenemos que las funciones sociales de la televisión están definidas en los artículos 5° de la LFRT y 3° del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica (RLFRT), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de abril de 1973.

Ahí se establece que ambos medios electrónicos deben "contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana". Para ello, en sus transmisiones "procurarán", entre otros aspectos:

- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la juventud.
- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar sus características nacionales, las costumbres, tradiciones, la propiedad en el uso del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

Podemos concluir que la población en general ha creado la necesidad de expresar el sin número de problemas o circunstancias

que los aquejan dentro de la propia sociedad y a la vez es importante que se les guíe de manera casi natural en la mejor convivencia dentro de ella, por lo tanto considero inseparable de esta situación la relación con los medios de comunicación que están presentes desde la edad temprana del individuo.

4.- IMPORTANCIA CULTURAL:

Cultura es cultivo, cultivo del hombre que empieza con la agricultura, con el cultivo del campo que le permite volverse sedentario y asentar su primera forma de civilización. De esta forma el hombre establece las condiciones para acumular su saber y experiencia adquirida, para de este modo transmitir de generación en generación el fruto de su propia cultura. Esta es en esencia cultivo de valores, cuyo contenido y amplitud varían a lo largo de la historia. Es importante mencionar que al caracterizar a la cultura como cultivo de valores, enfrentamos la necesidad de precisar los criterios de valoración que permiten distinguir lo que es cultura de lo que no lo es o de lo que parece serlo y que en este terreno la remisión a la subjetividad, se antoja irremediable y en consecuencia toda determinación objetiva de cultura deviene imposible. Sin embargo todo criterio de valoración, como toda manifestación de cultura suponen en última instancia, *la idea de razón*, entendida como principio de comprensión intelectual y de unidad y solidaridad social. Racional es aquello que une y solidariza a los hombres en un mundo común, aquello que los separa y divide está afectado de falta de razón.

A continuación hablaré de la importancia de los medios de difusión en relación con la cultura.

En el numeral anterior mencioné la existencia de las diferencias entre grupos y las relaciones asimétricas de poder, aquí ahondaré en este punto ya que estas se manifiestan en el ámbito de la cultura. Las sociedades contemporáneas no resguardan una cultura uniforme sino más bien diversa en la que se dan mezclas entre "lo culto, lo popular y lo masivo"⁽¹⁵⁾ y se vuelven difusas las fronteras entre una y otra. Sin embargo, eso no quiere decir que dejen de existir las diferencias y las desigualdades que se expresan en los productos simbólicos y en los espacios de circulación.

Las instituciones que integran la sociedad están organizadas por reglas internas y están sujetas a normas externas. Cada una de estas tiene sus objetivos propios, produce sus discursos y maneja sus mecanismos para hacer valer sus significados. Cada una interactúa entre sí aún teniendo características propias. Dentro de este conjunto de instituciones, encontramos, a la familia, la cual queda ubicada dentro

del espacio de lo privado y la cotidianeidad, es el lugar donde se aprenden las primeras formas culturales y se forman los hábitos y en donde se definen las relaciones del individuo con las otras instituciones.

Otra institución es la escuela que se encarga de la educación formal de los individuos. Esta institución también funciona de marco principalmente para la difusión de formas culturales al igual que para su producción.

Los medios de comunicación constituyen otro ejemplo ya que crean, transforman y transmiten formas culturales, constituyendo a su vez sus propios canales de difusión.

Las instituciones pueden retomar las acciones, objetos y enunciados significativos propuestos por otras instituciones y reafirmarlos o por el contrario negarlos o devaluarlos, todo esto al interactuar entre sí. Puede suceder, que el sentido y el significado que les den una y otra sea diferente y entonces se generan competencias. Asimismo, puede ocurrir que las formas simbólicas producidas por una instancia adquieran un nuevo sentido al momento en que el individuo las lleva a otras instituciones donde interactúa. Podemos concluir de esta situación social desigual y dinámica que además de circular las formas culturales, el contexto no sólo sirve de marco para su circulación, sino que también las influye y condiciona desde la producción hasta el consumo.

Una vez que he ubicado las formas culturales dentro de un contexto, me referiré a los procesos que involucran la producción, difusión y consumo de las mismas.

La producción de las formas está condicionada por las características, reglas y objetivos de la institución donde se inscriben, entrando también en juego aquellos factores por parte de quienes producen, es decir, los individuos ocupan una posición específica dentro del contexto social e institucional y cuentan con determinados repertorios y competencias culturales.

Ahora bien en este orden de ideas tenemos como siguiente punto la difusión y transmisión de estas formas, lo cual se lleva a cabo por los canales de las diferentes instituciones, a veces muy amplios y poderosos como los medios masivos; otras limitadísimos como los de la vida privada. Entre ambos están los de las instituciones escolares, científicas, académicas, etc. Estos canales tienen características específicas y son diferenciados no sólo en cuanto a la presentación de formas simbólicas sino a sus capacidades de alcance y difusión. En este sentido, se explica que las condiciones de las formas de difusión tengan

gran influencia en la producción. Desde la producción se tienen presentes las condiciones distintivas entre los grupos que están expresadas al momento del consumo; sin embargo, es posible identificar también en la difusión cómo estas desigualdades quedan al descubierto a partir de que se definen los canales, en los que se "dispone" la oferta de formas simbólicas y a través de los cuales se establecen implícitamente las condiciones de acceso que serán determinantes posteriormente para el consumo. El consumo es definido por García Canclini como "el conjunto de procesos socioculturales en que se refleja la apropiación y los usos de los productos"⁽¹⁶⁾. Al hacer referencia al conjunto de procesos socioculturales se pone de manifiesto que el consumo no significa únicamente la "obtención" de productos sino que constituye en sí un proceso con una dinámica en donde intervienen las interacciones y desigualdades entre grupos con diferente posición en la escala social, tanto por sus recursos económicos como por sus características culturales, lo cual en última instancia influirá en el uso o incorporación de los productos en las prácticas cotidianas.

En la sociedad contemporánea, los medios de comunicación juegan un papel importante en la circulación de enunciados, objetos y acciones con significado en la medida en que, como instituciones crean un espacio para su producción y también sus propios canales de difusión. Dentro de estos medios tenemos que la televisión, produce y transforma formas culturales bajo las características de su propia especificidad en tanto medio técnico y en tanto institución social. Sin embargo, las características y el modo de operar de la TV no sólo se ubican en la producción y transmisión, sino también en la relación que establece con las audiencias.

La importancia de este medio de comunicación no radica sólo en lo que produce y cómo lo hace, sino también en el lugar que ocupa para hacer llegar lo que produce, un lugar que se puede considerar como privilegiado. La TV está presente en nuestros hogares, en nuestra cotidianeidad, constituyéndose como una de nuestras principales fuentes de información y entretenimiento. El lugar que ocupa este medio, posee una notable influencia en la vida individual y social. Desde un punto de vista individual influye en la distribución de nuestro tiempo libre, nos proporciona ideas, creencias y valores; si bien por un lado, interactúa con otras instituciones en la formación y socialización del individuo, por el otro, cabe reflexionar, hasta qué punto rutiniza, desinforma o fomenta pasividad. Socialmente constituye puntos de referencia común y forma parte de la memoria colectiva, influyendo en la forma en que la gente participa en mayor o menor medida de la vida pública.

De un punto de vista u otro la televisión constituye una práctica social y cotidiana en donde lo que se ve o no, y a la hora en que se ve, etc. va a reflejar las diferenciaciones entre los distintos grupos sociales y los individuos.

Ahora bien la televisión propiamente cultural no ha sido una de las privilegiadas de la producción audiovisual en nuestro país y esto dificulta el poder definir el espectro de este tipo de televisión, además que el concepto de cultura se abre, a demasiadas interpretaciones, desde el que engloba la parte educativa y de servicios institucionales, hasta el que la visualiza como una antropología de hábitos, costumbres y tendencias de comportamiento.

Independientemente de lo anterior tenemos que el medio televisual resulta, como todas las otras tecnologías, un fenómeno que forma parte de nuestra vida cotidiana como referente básico de información, entretenimiento y relación social.

Como vemos es bastante ardua la tarea de dar una definición objetiva de Televisión cultural, por tanto más que eso debemos de entenderla o visualizarla como uno de los posibles usos que se le puede dar a esta tecnología.

Sin embargo existen ciertos atributos que ayudan a distinguir la televisión cultural, comenzando por la diferenciación que debe hacerse entre un programa o serie de carácter cultural donde se trata de modelos de producción que esencialmente buscan presentar y relacionar contenidos complejos a fin de que éstos puedan ser comprendidos en su sentido particular, o aprehendidos en su significado general, por un público medio. Además no tienen propiamente un límite en cuanto a los temas que abordan, por ejemplo. De la arquitectura religiosa mesoamericana a la plástica del Renacimiento en Europa y de la explicación de la gran explosión que hipotéticamente da origen al tiempo y el espacio al surgimiento del Rock como género musical y expresión de una sub-cultura crítica.

En México contamos con dos Canales que se apegan al sentido cultural del cual estamos hablando, el Canal 11 y el Canal 22

A diferencia de los canales 2, 4, y 5, dados en concesión a particulares, el Canal 11 fue un permiso otorgado al entonces director general del Instituto Politécnico Nacional, ingeniero Alejandro Peralta. Entre los dos primeros años de su nacimiento Canal 11 desarrolló un modelo de televisión entre lo educativo y lo cultural.

En un principio el IPN tuvo a su cargo la programación y operación técnica del canal hasta antes de 1969, fecha en que la Secretaría de comunicaciones y Transportes (S.C.T.) asume la segunda de esas funciones. Y el dos de agosto de ese mismo año se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) un acuerdo determinando que dicho canal "será utilizado para la producción y transmisión de programas educativos y culturales, así como se orientación social".

Por tal acuerdo, el Canal 11 figuró como "Organismo intersecretarial" contando con mayor capacidad de producción y con una señal visible para mayor número de personas.

En 1989, gracias a una serie de modificaciones en el reglamento derivado de la Ley Federal de Radio y Televisión, por las que se crea la figura de "emisoras de reserva federal", Canal 11 comienza a obtener ingresos fuera del presupuesto, a través de la figura de patrocinios, primero de los diferentes organismos públicos involucrados directa o indirectamente con la figura intersecretarial que se le asignó al canal desde 1969 y, después, de empresas comerciales, estos ingresos aunados al subsidio que recibe del Gobierno Federal, han permitido al Canal no sólo mejorar técnicamente su señal en el área metropolitana, sino extenderse a estados vecinos de la ciudad de México.

En estricto sentido, puede señalarse que XHIPN es el modelo rector de la TV cultural en México. Su perfil programático se ha acentuado como el de una televisora cultural, capaz de llegar a muy diversos públicos, tomando en consideración la realidad educativa y cultural de la sociedad mexicana.

El Canal 22 es el otro canal específicamente cultural en el área metropolitana de la Ciudad de México, de muy reciente creación, ya que inició sus transmisiones formalmente el 23 de junio de 1993. Aun cuando fue concebido como una sociedad anónima, de capital variable, televisión Metropolitana Canal 22 depende directamente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

El objetivo primordial del canal ha sido el de promover un nuevo lenguaje audiovisual en México y difundir temas no suficientemente atendidos por la televisión del país. Gracias al sistema de satélite, Canal 22 no sólo cubre área metropolitana de la Ciudad de México, sino que actualmente llega a una gran parte de la República Mexicana.

Canal 22 produce sus propias series, en particular un noticiero cultural y varias series pluritemáticas, que dan cuenta de lo que ocurre en nuestro país en materia de creación artística y fomento a la cultura.

Asimismo ha sido un excelente vehículo para dar salida a muchos de los programas producidos por la Dirección General de Televisión Universitaria, o ciclos con material proporcionado y restaurado por la Fílmoteca de la UNAM. Con ello se han creado vínculos complementarios para la exhibición de las diversas formas de televisión cultural en México.

Otra instancia de producción de televisual alternativa ha sido la Universidad Nacional Autónoma de México.

Algunas de las facultades de la Casa Máxima de estudios del país como la de Medicina, la de Medicina y Veterinaria y la entonces Escuela de Contaduría y Administración, advirtieron en la década de los cincuenta, la importancia de contar con alguna forma de producción televisiva propia, pero por razones diversas, la UNAM nunca aceptó la posibilidad de desarrollar su propio canal de televisión.

Hacia los años setenta, el rector Ignacio Chávez decide integrar en una sola fórmula tanto la ya experimentada estación de radio cultural de la UNAM (Radio Universidad Nacional) como la incipiente producción en el área de televisión y nacen así los Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones

Eventualmente, los espacios de radio y televisión se separa y se crea el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA). El cual habría de ocupar un lugar muy importante, cuando hacia a finales de la década de los setenta y debido a un conflicto administrativo que paralizó a la UNAM, la máxima casa de estudios firma un convenio con Televisa para que se transmitan clases por televisión, este convenio se traduciría en la serie Introducción a la Universidad que, daría paso del Canal 8- después 9- en un experimento cultural por parte de la Empresa Televisa.

En 1985, el rector de la UNAM hace público el acuerdo por el cual se crea la Dirección de Televisión Universitaria, inicialmente integrada al Centro de Investigación y Servicios Educativos creado en los años ochenta (CISE), y responsable de producir programas de información y divulgación sobre el acontecer de la casa de estudios, y éstos serían transmitidos por Imevisión, el sistema de televisión del Estado.

A la llegada del doctor José Sarukhán como Rector de la UNAM, la dirección General de Televisión Universitaria, igual que la de Radio Universidad Nacional fue adscrita a la Coordinación de Difusión Cultural, lo que le dio una nueva dimensión y sentido. Hoy TV UNAM ha venido produciendo una gran cantidad de materiales televisivos, que constituyen una verdadera producción de carácter cultural, en el

sentido más amplio del término como divulgación de las ciencias y artes, entrevistas con creadores académicos, reportajes sobre temas de interés y actualidad.

Tales programas además de nutrir los canales 11 y 22, son transmitidos a través de los tiempos oficiales, por los canales comerciales.

Concluiré que si bien es cierto que en nuestro país el manejo cultural de la televisión no ha tenido los frutos de otros países, también lo es que ha incrementado la demanda de un público televidente cada vez más ávido de programación que solidifique en el terreno cultural. No olvidemos que desde sus inicios se ha buscado, por diferentes medios, establecer una televisión cultural que, empieza a dar resultados, no sólo en la demanda sino en la estructura de los canales. Es notable que falta mucho apoyo a este rubro y que el Estado juega un papel muy importante en ello, pero creo que se está logrando un crecimiento, el cual espero llegue a su cúspide final.

5.-IMPORTANCIA POLITICA:

Como lo sabemos las noticias de mayor trascendencia son las que tratan de información política. Es importante saber de política ya que condiciona toda nuestra vida.

De acuerdo a una encuesta dada a conocer por el periódico Reforma, noventa por ciento de los mexicanos utiliza la televisión como una de las formas para enterarse de lo que ocurre en la política. No debe sorprendernos la cifra ya que de manera consistente este medio aparece como el principal instrumento de información. Lo anterior deja ver que las televisoras tienen un papel importante y central en los procesos electorales, ya que la manera en como estas nos den a conocer la noticias puede llegar a ser determinante. Resalta a la vista la trascendencia de los medios de comunicación dentro del ámbito político.

Lo idóneo es saber de estas noticias de una forma veraz y equitativa, estos atributos son tan valorados que el propio Consejo General del Instituto Federal Electoral en el periodo anterior a las elecciones presidenciales de 1994; solicitó a los medios "procurar alcanzar equidad en los tiempos de transmisión de las informaciones correspondientes a cada partido político y sus candidatos". Obtener la equidad en un noticiero resulta difícil porque aun cuando los partidos o los candidatos sean iguales ante la ley y deseen recibir un trato igualitario, hay hechos por los que a algunos les va mejor que a otros.

Para explicar todo esto tomaré de ejemplo lo ocurrido durante los procesos electorales de 1994.

El Instituto Federal Electoral fue muy claro al dar a conocer sus lineamientos en febrero de 1994 a los medios de comunicación durante las elecciones federales de 1994: la información debe presentarse de "manera objetiva, es decir, reflejando fielmente los hechos a que se refiera, y evitando calificarlos en forma alguna. Debe evitarse la editorialización de las notas informativas y el uso de las mismas tendientes a favorecer o a perjudicar a algún candidato o partido político".

De igual forma solicita a los medios electrónicos que acepten el derecho de replica de aquéllos que se sientan agredidos; que no se presente propaganda partidista como si fuera noticia; que las noticias sobre elecciones aparezcan en un segmento especial del noticiero; respetándose la vida privada de los candidatos.

Como observamos estos lineamientos parecen perfectos de no ser como lo indicó el presidente del IFE en diciembre de 1996 ante los miembros de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, deben funcionar encauzando un comportamiento. De lo anterior desprendemos que funcionan como recomendaciones. Por tanto tenemos que el Consejo General del IFE entiende las limitaciones de su competencia y se conforma con hacer exhortaciones y realiza monitoreos del contenido de los medios para confirmar si respetan o no sus recomendaciones.

En 1994 el IFE preparó una comisión de consejeros del propio instituto y esta rindió un informe donde resulta como conclusión que los noticieros de radio y televisión no cumplieron cabalmente los Lineamientos Generales del 28 de febrero acordados por los nueve partidos políticos y por la misma autoridad electoral. Lo cual sabemos es violatorio de la ley.

Al referirnos al tema de la importancia entre medios, Estado y por ende política reconocemos la necesidad de recordar acontecimientos centrales de nuestro contexto histórico como lo que he mencionado, y no pierdo de vista que en éste como en muchos otros temas, no hay acuerdos fijos ni verdades canónicas. Y esto es así porque Estado y medios, al jugar papeles distintos son naturalmente antagónicos en el momento mismo en que actúan en ámbitos sociales que obviamente comparten. Tal asimetría explica la aspereza del tema pero también su indiscutible importancia en la vida pública.

Hoy día que vivimos en nuestro país una etapa tan singular, cuando la presencia de situaciones inéditas nos asombra y nos mantiene en la perplejidad, hay quienes piensan que gran parte del problema es el de la circulación informativa en los medios. Puede que haya razón en ello.

Verbigracia los acontecimientos recientes, los que se produjeron como ya lo mencione a lo largo de los últimos años, sobre todo los del 1994, han invalidado las esferas públicas y privadas, atropellando hábitos y costumbres de una sociedad primero sorprendida pero luego plenamente atrapada en historias repetidas, interminables.

Si la referencia de los medios y sus actores es la realidad con sus ingredientes de intensidad política, violencia física y verbal, y mucho más, aquellos –medios y actores– han sido víctimas y verdugos propiciatorios de un clima que se acerca a la anomia social. Por el lado de lo público o, mejor, del poder, no hay quien deje de reconocer que en la geografía del país aparecen zonas liberadas de la vieja institucionalidad corporativa o ajena a cualquier forma de control autoritario.

Las expresiones de estas partes de la sociedad civil pendulan de las clases subalternas a las poderosas, y ya se ve a empresarios, campesinos, patrones y asalariados buscando nuevas alternativas en la defensa o preservación de sus intereses. Así, estas expresiones aún minoritarias pero ruidosas y movilizadas con inteligencia, han configurado el esbozo de un México en donde parece que todo está en una larga transición y de esta forma se sigue desarrollando todo un proceso con los actores de siempre: Los medios y el Estado, éste con sus instrumentos.

En Nuestro país, la relación entre ambos tiene peculiaridades propias del proceso político que estamos viviendo, me remito al pasado: el último cuarto de siglo, sobre todo a partir de 1968, ha significado una profunda transformación ya que el agotamiento de diversas formas de control y de la relación subordinada se hizo evidente, y se sentaron las bases de lo que más tarde , no sin dificultades , ha sido la apertura más grande en el terreno de los vínculos Estado-Medios de Comunicación.

Este proceso de liberalización política que desde entonces surgió, tuvo expresión en todos los ámbitos de la vida pública. El surgimiento de este movimiento social incorporó a nuevos segmentos de la sociedad mexicana hasta entonces excluidos. Empezó a deteriorarse la rigidez en la formación de la opinión pública, y poco a poco se fueron

estableciendo canales y espacios donde la pluralidad asomó de manera clara.

No obstante lo anterior las cosas no han cambiado del todo. En muchos aspectos se han mantenido viejos reflejos y reacciones. Hoy vivimos la liberalización de las relaciones entre el Estado y los medios, estoy de acuerdo en ello, pero no debemos perder de vista que aún no se establecen parámetros precisos.

Entiendo que llegamos a esta situación cuando se trascendieron las regulaciones autoritarias y no se pudieron crear en forma contundente las nuevas regulaciones necesarias para concretar la deseable corresponsabilidad, transparencia y autocrítica en la relación de los medios, la sociedad y el Estado.

La carencia de estas regulaciones ha sido sustituida por una retórica y un lenguaje desgastado que encuentra en la exigencia del derecho a la información y de la defensa de la libertad de expresión la coartada perfecta para mantener confrontaciones sin fruto alguno; pero también para preservar privilegios y prácticas viciadas.

Es importante resaltar el riesgo de la polarización que surge como resultado de la sobrepolitización ya que esto favorece el surgimiento de una nueva lucha de clases en la que los distintos grupos políticos, se ven representados de manera maniquea en las imágenes que difunden los medios de comunicación; esto queda latente cuando el proceso para la construcción de una "democracia plena, próspera y pacífica" se transforma en azaroso por la complejidad de la realidad política de nuestro país.

Es notable que la relación entre medios y Estado pasa por un periodo de ajustes y redefiniciones de ambos lados. Por una parte, el Estado no alcanza a definir por completo la naturaleza de su relación con los medios, y menos a trazar una política coherente que permita el impulso de las reformas democráticas en marcha.

Los medios de comunicación en su mayoría han ganado un espacio social y político indiscutible, en algunos casos es legítimo el lugar y en otros no tanto, el cual no quieren perder, y han convertido su protagonismo en una especie de "periodismo de clase". Resulta muy difícil que después de haber logrado una popularidad determinada estos medios acepten perderla, aun a costa de tergiversar la verdad que dicen defender. En este caso observamos que prefieren el error o la omisión antes que la pérdida de popularidad, en algunos casos dicha popularidad ha venido acompañada de éxito mercantil.

De lo mencionado se desprende que la única víctima de todas estas batallas discursivas o retóricas de los medios y el Estado, es la Democracia, misma que no alcanza a caer en tierra fértil para dar los frutos que espera la segunda gran víctima: la sociedad.

Los medios mexicanos, son éstos tan resistentes al cambio como la misma burocracia estatal. Frente a las innovaciones tenemos que nuestros medios han perdido la iniciativa, un concepto arcaico en los medios de comunicación no les ha permitido entender aún la dinámica que empuja a la sociedad actual mexicana. Por otro lado, la misma cultura, que marca la pauta para el cambio arroja como resultado que los medios de comunicación que lo han intentado, presenten al receptor un producto que no esta terminado, que busca su propia línea pero aún no sabe como trazarla.

Por mí parte, debo decir que estoy consciente del cambio reciente del gobierno al mostrar una evidente disposición a ceder o abandonar las tentaciones autoritarias del pasado que caracterizaban su relación con los medios, y a auspiciar un tipo de relación que coadyuve al desarrollo democrático de México. Esto es muy discutible ya que los problemas de credibilidad son el sello de herrar de la política oficial. Pero no debemos perder de vista que el gobierno mexicano ha enviado mensajes claros a los espacios periodísticos para que a su vez cumplan con su cuota de responsabilidad en la construcción de la cultura política democrática que el país necesita.

En el juego de espejos y contracciones, hay pruebas fehacientes de que las deformaciones periodísticas pueden competir a su vez con las nostalgias autoritarias. Se dice que el periodismo pervierte su función cuando miente, tergiversa, negocia la información. El ejemplo que me viene a la mente es el trato que le dieron los medios de comunicación al asunto chiapaneco, sabemos que fue éticamente reprobable. Aún se recuerdan las versiones nunca confirmadas, las especulaciones en torno a violaciones, asesinato de infantes, bombardeos que aparecieron en algunos medios y que sus mismos difusores reconocieron, después de publicadas, que tales hechos no habían sido debidamente comprobados.

Cabe mencionar que las agencias extranjeras en el caso chiapaneco han ganado con mucho la carrera de la estridencia y falsificación de los hechos. Y en el caso mexicano lo de Chiapas ha resultado un verdadero ejemplo de cómo la democracias está muy distante de los intereses periodísticos inmediatos: se mitifica al héroe y a los hechos que lo postulan y a los mensajes; se apuesta en forma vergonzante a la violencia y el propósito político deja a la democracia una vez más al final de la historia.

Por lo visto hay demasiadas evidencias empíricas que demuestran que los medios contribuyeron al despertar crítico de la sociedad a partir de los años sesenta, pero casi nada o muy poco han contribuido a la construcción de una fase que llamamos atrevidamente transición política de México. En un sentido estricto nadie puede cuestionar que no lo hagan y menos exigirlo. Lo que ocurre es que algunos medios se hacen acompañar copiosamente y sistemáticamente de articulistas, académicos, intelectuales, voceros de una corriente que viene demandando, precisamente la implantación de dicha democracia. A su vez, estos análisis que se sirven difundir a sus lectores están orientados por lo regular contra un sistema o un régimen que se considera autoritario, en un tono de intolerancia y beligerancia poco común.

En resumen tenemos que las azarosas relaciones entre el Estado y los medios se conviertan en un factor más de polarización social. Es necesario impedirlo. Ya se menciona de que el análisis de esta relación debiera hacerse de manera desprejuiciada, con seriedad y rigor analítico, al margen de percepciones y visiones autoritarias que buscan esconderse del velo de una aparente vocación democrática. Se necesita que estas relaciones sean claras, transparentes y propulsoras de una verdadera cultura democrática. En efecto, las viejas relaciones no satisfacen ni al Estado ni a los medios. Las que se requieren para esta hora democrática aun no se definen.

Dentro de la transición que recorre la vida política de México, hay voces de ambas instituciones que reclaman el fin del desorden informativo y la falta de reglas en el ámbito de la comunicación social. Como todo proceso de cambio, el establecimiento de estas reglas supone acuerdos previos, consultas, voluntad para el entendimiento y vocación democrática.

Estado y medios de comunicación deben establecer normas claras que auspicien la confianza que conduce a la veracidad informativa, al análisis riguroso y a la crítica responsable y propositiva en el ejercicio pleno de nuestras libertades. Se trata de que ambas instituciones cumplan con su función que la sociedad les tiene encomendada. La autonomía y la independencia de los medios no puede ser objeto de cuestionamiento alguno. El estado, en su función de gobernar, debe asumir como principio la tolerancia y el pluralismo de la prensa escrita y electrónica. Estos por la razón superior de la democracia, no pueden subordinarse a los intereses de un grupo político. Entiendo que los intereses de este grupo puede encadenar a algún medio por su primacía material o ideológica.

CITAS

- 1.- Diccionario Enciclopédico Mexicano, Plaza & Janes, S.A., 1981.
- 2.- J. Antonio Paoli, Comunicación e Información, Editorial Trillas, S.A. de C.V., octava reimpresión, México, 1996, página 11.
- 3.- Idem.
- 4.- Sergio López Ayllón, El derecho a la información, Editorial Porrúa, UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 1984, página 19.
- 5.- Ibid, p. 35.
- 6.- Citado por Sergio López Ayllón, El derecho a la información, Editorial Porrúa, México, 1984, página 36.
- 7.- Ibid, p. 37.
- 8.- Ibid, pp. 37 y 38.
- 9.- Mac Bride, Un solo mundo, voces múltiples; comunicación e información en nuestro tiempo. (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de Comunicación), México, UNESCO/FCE. 1980, página 54.
- 10.- "La promoción de Miss Universo agotó las existencias de Maxi Comésticos", Excélsior, 9 de septiembre de 1978, página 18 A.
- 11.- Louis Althusser, Ideología y aparatos ideológicos de estado, Nueva Visión, Buenos Aires.
- 12.- Novo, Salvador. La Televisión Instituto Nacional de Bellas Artes, México, 1948, página 1.
- 13.- El Universal, 16 de noviembre de 1948, p.p. 13, 16, México.
- 14.- Hall, Stuart. La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico, Editorial 3ra. 357.
- 15.- García Canclini, Néstor. Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad, Editorial Grijalbo, Conaculta, México, 1990.
- 16.- García Canclini, Néstor. El consumo cultural en México, Conaculta, 1993, p

CAP. III.- LAS TELECOMUNICACIONES

A) INICIO Y DESARROLLO DE LA TELECOMUNICACIÓN

Las concepciones de espacio y tiempo son innovadoras desde la perspectiva de la telecomunicaciones. En la antigüedad el hombre se organizó en torno a un centro que le proporcionaba los medios necesarios para subsistir.

Las técnicas más antiguas dentro de la telecomunicación son la que mejor detallan la sociedad industrial, como ejemplo tenemos que el telégrafo data del año 1790; además igualmente anuncian la sociedad del futuro. Las fuentes de la informática y de los satélites explotadas partir de 1960, permitieron ofrecer al teléfono (invento de Graham Bell en 1876), un ramillete de nuevos servicios, tanto a los particulares como a la más diversa gama de organizaciones sociales, por tanto tenemos que desde 1965 la telefonía se ha diversificado constantemente al igual que los servicios de telecomunicación.

El final del siglo XX presentó dos hechos fundamentales:

- a) La crisis de las grandes ciudades y
- b) La creación de un nuevo tipo de espacio habitacional y laboral que se desarrolle teniendo como eje las redes de telecomunicación y los diversos servicios que éstas puedan ofrecer al usuario.

La novedad radica en que las técnicas de comunicación rompen en esencia con las relaciones de espacio y tiempo conocidas hasta ahora. Por ejemplo, la distancia no se puede seguir midiendo en el sentido clásico del término; con las telecomunicaciones el acceso a cualquier mundo es casi inmediato, el espacio lineal se debilita, y se divide en zonas. De este modo tenemos que el tiempo, aparece como un concepto susceptible de evolucionar.

B) REPERCUSIÓN CULTURAL

A lo largo de la historia los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia.

En este orden de ideas resulta indispensable mencionar que la revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de "aldea global", que ya he mencionado en capítulos anteriores. Los efectos de estos nuevos medios de comunicación sobre la sociedad han sido muy estudiados, y hay quienes sostienen que estos tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión en diversos aspectos, de la audiencia.

En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la sociedad y ha medida que estos se desarrollan mayor es la influencia de la que somos presa.

C) CONCEPTO

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Antes de proporcionar un concepto, es importante recordar que las telecomunicaciones forman uno de los sectores más dinámicos de nuestra sociedad, por lo tanto esta inmerso en continuos cambios tecnológicos que a su vez incrementan la capacidad de transmitir más información de forma eficaz y eficiente.

Tal como lo expresa el catedrático Sergio López Ayllón, "sin una infraestructura y una regulación que responda a los retos de la innovación tecnológica, a una realidad que implica la globalización del sector y que asegure condiciones de competencia adecuadas, ningún país puede razonablemente esperar abrir sus ventanas al futuro.(1)

Resulta tan amplio el universo de los medios de comunicación de nuestra actualidad, tomemos en cuenta que el telégrafo de Claude Chappe y la telegrafía sin hilo (TSH) de Guillermo Marconi abren, respectivamente en 1790 y 1897, la historia de la categoría que nos permiten "comunicar a distancia", por eso significa precisamente la palabra Telecomunicación en un sentido amplio. Surge una división, comunicar a distancia en dos direcciones, primero con la telecomunicación, abierta con el telégrafo y el teléfono; y en una sola dirección, con la una categoría de telecomunicación, que es la radiodifusión encabezada con la radio y la televisión ya tan mencionadas en este trabajo.

Entonces tenemos que las telecomunicaciones son la transmisión de palabras, sonidos, imágenes o datos en forma de impulsos o señales electrónicas o electromagnéticas a otro punto. Como ya lo mencione los medios de transmisión pueden ser el teléfono (por cable óptico o normal), la radio, la televisión, y los satélites, entre otros.

El diccionario Larousse enciclopédico define a la telecomunicación como "la emisión o recepción de todas clases de signos, señales, imágenes, sonidos o informaciones por hilo, radioelectricidad, medios ópticos.(2)

En la transmisión de datos, el sector de las telecomunicaciones de crecimiento más rápido, los datos digitalizados se transmiten por cable o por radio.

Estos datos digitalizados pueden ser generados directamente en código binario (1/0) en una computadora, o a partir de una señal de voz o imagen mediante un proceso llamado codificación. En una red de transmisión de datos se interconectan un gran número de fuentes de información de tal forma que los datos puedan transmitirse libremente entre ellas. Los datos pueden estar constituidos por un

determinado ítem de información, un grupo de éstos, o por instrucciones de computadora (por ejemplo, una noticia, una transacción bancaria, una dirección postal, una carta, un libro, o una lista de correo).

Los dispositivos utilizados pueden ser computadoras u ordenadores, terminales (dispositivos que transmiten y reciben información) o periféricos como, por ejemplo, una impresora. La línea de transmisión utilizada puede ser una línea telefónica normal, un enlace por microondas, un satélite de comunicaciones o cualquier combinación de estos sistemas.

Los dispositivos de telecomunicación utilizan hardware, para conectar un dispositivo a la línea de transmisión, y software, que permite al dispositivo transmitir información a través de la línea.

1.- HARDWARE

El hardware consta normalmente de un transmisor y de un cable de interfaz o, si se utiliza una línea telefónica como línea de transmisión, un modulador/demodulador denominado módem.

El transmisor prepara la información convirtiéndola de la estructura propia del dispositivo (organización en clúster o en paralelo de los bits electrónicos), a la propia de la línea de transmisión (organización en serie de los bits electrónicos). La mayor parte de los transmisores se encuentran en el dispositivo emisor.

El módem convierte las señales digitales moduladas de la línea telefónica en señales desmoduladas para el dispositivo; transmite datos a través de la línea telefónica a diferentes velocidades, que se miden en bits por segundo (bps) o en señales por segundo (baudios). Pueden ser unidades externas o internas. Una unidad externa tiene que estar conectada al dispositivo emisor mediante un cable. La mayor parte de los módems pueden marcar un número telefónico o contestar una llamada de forma automática.

2.- SOFTWARE

Algunos ejemplos de software son los programas de transferencia de ficheros, el instalado en la computadora central y los programas de red. El software de transferencia de ficheros se utiliza para enviar ficheros de datos de un dispositivo a otro. El software de la computadora central identifica a ésta como tal, al tiempo que controla el flujo de información entre los dispositivos conectados a

ella. El software de red permite a los dispositivos conectados a una red de computadoras intercambiar información.

3.-APLICACIONES

Los tres grupos principales de aplicaciones de telecomunicación son computadora principal con terminales, transferencia de ficheros y red de computadoras.

3.1.- COMPUTADORA PRINCIPAL CON TERMINALES

En este tipo de comunicación, una computadora (la principal o host) está conectada a uno o más terminales. Cada terminal envía o recibe información de la computadora principal. Por ejemplo, muchas compañías aéreas tienen terminales situados en los mostradores de las agencias de viaje conectados a una computadora principal. Estos terminales obtienen información de cualquier vuelo de la computadora principal, que puede estar situada a cientos de kilómetros de ellos.

Los primeros terminales sólo podían enviar o recibir información de la computadora principal. Sin embargo, muchos terminales pueden hoy llevar a cabo otras tareas como editar y formatear información en la pantalla del terminal o incluso ejecutar programas. Los fabricantes etiquetan los terminales con palabras como tonto, listo o inteligente, según sus prestaciones. Sin embargo, estos términos no tienen un significado definido y un mismo terminal puede ser etiquetado como tonto, listo o inteligente según quién lo esté etiquetando y con qué propósito.

3.2.- TRANSFERENCIA DE FICHEROS

En las comunicaciones de transferencia de ficheros se conectan dos dispositivos, que pueden ser dos computadoras, dos terminales o una computadora y un terminal. Un dispositivo transmite un fichero de programa o de datos entero al otro. Por ejemplo, una persona que trabaja en casa puede conectarse a la del trabajo y enviar un documento a la computadora de la oficina.

Una aplicación de la transferencia de ficheros es el correo electrónico. Por ejemplo, un empleado puede escribir un documento

(una carta o un informe) en su computadora y después enviarlo a la de otro empleado.

3.3.- RED INFORMÁTICA

En las comunicaciones a través de red de computadoras, un grupo de dispositivos se interconecta de forma que todos los dispositivos puedan comunicarse y compartir los recursos y ficheros. Así, por ejemplo, las computadoras de una sucursal de una empresa se interconectan para intercambiar información. Las computadoras de una empresa pueden también estar interconectadas de tal forma que puedan compartir el mismo disco duro.

4.- SERVICIOS DE TELECOMUNICACIÓN

Los servicios públicos de telecomunicación son un desarrollo relativamente reciente de las telecomunicaciones. Los cuatro tipos de servicios son redes, recuperación de información, correo electrónico y servicios de tablón de anuncios.

D) PRIMEROS ORGANISMOS

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), es un organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas, fundado originalmente en París en 1865, con el nombre de Unión Internacional de Telégrafos.

En 1934 la UIT se constituyó para sustituir a todos los organismos ya existentes especializados en el campo de las telecomunicaciones y, en 1947, quedó integrada en la ONU. La UIT no tiene un estatuto permanente, pero su existencia es renovada de forma periódica por acuerdo de sus miembros.

Los objetivos de la UIT son:

- mejorar y extender la cooperación internacional para el mantenimiento y uso racional de cualquier tipo de telecomunicación;
- promover el desarrollo y el empleo eficiente de los medios técnicos para mejorar los servicios de telecomunicaciones, así como incrementar su utilidad y disponibilidad para el gran público;
- coordinar las acciones de las naciones para que puedan alcanzar estos fines.

Cabe hacer mención del especial interés que constituye el problema y las posibilidades derivadas de las telecomunicaciones espaciales al igual que la mejora de éstas en los países asociados en vías de desarrollo.

La UIT está formada por 162 estados miembros y tiene su sede en Ginebra. El principal órgano de la Unión es la conferencia plenipotenciaria que, normalmente, se reúne cada cinco años. La conferencia elige un consejo administrativo de 41 miembros, que se reúne anualmente para aprobar su presupuesto, y para coordinar el trabajo del resto de los órganos de la Unión. Éstos son la Secretaría General, la Junta Internacional de Asignación de Frecuencias, el Comité Consultivo Internacional de Telégrafos y Teléfonos y el Comité Consultivo Internacional de Radiocomunicaciones. Ocasionalmente, se llevan a cabo reuniones administrativas de ámbito mundial o regional para discutir cuestiones técnicas.

1.- DESARROLLOS ACTUALES

Algunos métodos se han generalizado de forma global en la industria de las telecomunicaciones, ya que cuando dos dispositivos utilizan diferentes estándares no son capaces de comunicarse de forma correcta.

Los estándares pueden desarrollarse bien, porque el uso del método está tan extendido que domina o bien porque el método ha sido publicado en una organización de definición de estándares. Las organizaciones más importantes en este aspecto son: la International Telecommunication Union (agencia especializada de las Naciones Unidas) y una de sus entidades operativas, la International Telegraph and Telephone Consultative Committee (CCITT). Uno de los objetivos de estas organizaciones es la puesta en marcha de la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI), que será capaz de transmitir datos, voz e imagen en forma digital a grandes velocidades a través de todo el mundo y por diferentes medios.

E) DESCRIPCIÓN

A continuación destacaré algunos aspectos importantes y técnicos de los medios de telecomunicación más trascendentales.

1.- TELEGRAFO

La palabra telégrafo procede de los griegos, unos tres siglos antes de la era cristiana. Los dos términos que la componen aluden a -a distancia- y -escritura-.⁽²⁾

El telégrafo es un sistema de comunicación basado en un equipo eléctrico capaz de emitir y recibir señales según un código de impulsos eléctricos. En un principio, la palabra telegrafía se aplicaba a cualquier tipo de comunicación de larga distancia en el que se transmitiesen mensajes mediante signos o sonidos y surgió de la siguiente forma.

Cabe mencionar que gracias al telégrafo óptico del francés Claude Chappe, cuyo invento data de 1790, se pudo realizar el 1° de septiembre de 1794, la transmisión de un mensaje, de Lila a París.⁽⁴⁾

Un elemento clave en el inexorable desarrollo de la tecnología conducente al telégrafo eléctrico fue la invención del electroimán. Desde 1830, los diversos elementos técnicos, previos e un telégrafo eléctrico, ya formaban parte de la cultura científica. Sólo era necesario disponerlos en la forma adecuada. La necesidad de este dispositivo para la comunicación era ya imperiosa por razones de una mejor subsistencia. De todas las ideas que existieron en ese momento en torno al telégrafo, prevalecieron las patentes y los sistemas del norteamericano Samuel F. B. Morse, lo curioso de la situación, es que él era un pintor retratista, no un científico. Después de diversos experimentos, logro elaborar un sistema telegráfico que le permitió transmitir mensajes a lo largo de quince kilómetros de alambre, enrollado alrededor de su laboratorio.

En ese momento Morse, solicitó apoyo económico por parte de su gobierno, a fin de estar en posibilidad de perfeccionar su dispositivo (mismo que rápidamente patentó). Finalmente, después de muchas vacilaciones, el gobierno federal financió una línea telegráfica entre Washington, D.C., y Baltimore, Maryland. "¡Lo que Dios ha forjado!", decía el mensaje que voló entre ambas ciudades el 24 de

mayo de 1844, de esta forma el mundo por fin entró en la época de la comunicación eléctrica instantánea.

Después se desarrollo el telégrafo inalámbrico, esto por el italiano Guglielmo Marconi, quien se familiarizó con estudios experimentales sobre las ondas hertzianas y con los aparatos utilizados para generarlas y detectarlas, finalmente puedo enviar mensajes de puntos y rayas a una distancia superior a Kilómetro y medio. Su aparato fue el primer telégrafo sin hilos. Se trataba de un sistema de dispositivos de laboratorio bastante comunes construidos a gran escala para enviar y recibir por medio de las ondas hertzianas los puntos y rayas del código telegráfico de Morse.(5)

1.1.- SISTEMAS AUTOMÁTICOS DE TELÉGRAFO

Existen básicamente dos sistemas de comunicación telegráfica moderna: el sistema de teleimpresión (teletipo) y el sistema de reproducción facsímil, que empezó a quedar anticuado en la década de los ochenta, con la aparición del fax..

1.2.- TELEIMPRESIÓN

En la teleimpresión, el mensaje se recibe en forma de palabras mecanografiadas sobre una hoja de papel. Cada letra del alfabeto viene representada por una de las 31 combinaciones posibles de cinco impulsos electrónicos de igual duración, siendo la secuencia de intervalos utilizados y no utilizados la que determina la letra. El código de impresión de arranque-parada utiliza siete impulsos para cada carácter: el primero indica el comienzo y el séptimo el final de cada letra.

1.3.- REPRODUCCIÓN FACSIMIL

Los sistemas telegráficos por facsímil, capaces de enviar y recibir tanto imágenes como texto, hace tiempo que quedaron arrinconados por el fax (transmisión facsímil).

1.4.- SERVICIOS TELEGRÁFICOS MODERNOS

En los años cincuenta y sesenta, las diferentes operadoras comenzaron a comercializar diversos servicios telegráficos de carácter privado y público.

1.5.- TELEX

En 1958 apareció un sistema de intercambio por teleimpresor de llamada directa, denominado télex, que en el plazo de diez años contaba con más de 25.000 abonados. El sistema télex permite a sus abonados enviar mensajes y datos directamente a otros abonados y, a través de redes de operadoras internacionales, a otras muchas partes del mundo. Los abonados de télex también pueden enviar mensajes a los no abonados a través de centros especializados de comunicaciones que hacen llegar los mensajes en forma de telegramas.

Como medio de comunicación el télex se nutre tanto del telégrafo como del teléfono, pues permite la transmisión a distancia de textos mecanografiados que son recibidos en forma impresa por los usuarios que cuentan con aparatos teleimpresores.⁽⁶⁾

1.6.- SERVICIO DE INTERCAMBIO POR BANDA ANCHA

Este servicio, aparecido en 1964, ofrecía a los abonados una serie de canales de radio de alta calidad para la transmisión a gran velocidad de datos en diversos formatos, para facsímil y otros tipos de comunicaciones, voz incluida. Las diferentes mejoras del sistema permitieron alcanzar transmisiones de alta velocidad —hasta 5.000 caracteres por segundo— entre computadoras y máquinas de oficina.

Como vemos la evolución del telégrafo, ha sido basta y en ese constante cambio se dio un paso muy importante en el desarrollo de la radio como medio instantáneo de comunicación a largo alcance.

2.- RADIO

El nombre del alemán Heinrich Hertz, ha servido para bautizar al ciclo por segundo (hertz, hercio o hertzio, Hz). Por ejemplo un kilohercio (kHz) es 1.000 ciclos por segundo, 1 megahercio (MHz) 1 millón de ciclos por segundo y 1 gigahercio (GHz) es 1 billón de ciclos por segundo. Las ondas de radio van desde algunos kilohertzios a varios gigahertzios. Ya que él en 1888, demostró la existencia real de estas ondas y construyó un aparato de laboratorio para generarlas y detectarlas.

El radio es un sistema de comunicación mediante ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio. Debido a sus características variables, se utilizan ondas radiofónicas de diferente

longitud para distintos fines; por lo general se identifican mediante su frecuencia. Las ondas más cortas poseen una frecuencia (número de ciclos por segundo) más alta; las ondas más largas tienen una frecuencia más baja (menos ciclos por segundo).

Resulta importante mencionar que las ondas de radio se utilizan no sólo en la radiodifusión como ya se vio, sino también en la telegrafía inalámbrica, la transmisión por teléfono, la televisión, el radar, los sistemas de navegación y la comunicación espacial. En la atmósfera, las características físicas del aire ocasionan pequeñas variaciones en el movimiento ondulatorio, que originan errores en los sistemas de comunicación radiofónica como el radar. Además, las tormentas o las perturbaciones eléctricas provocan fenómenos anormales en la propagación de las ondas de radio.

Las ondas electromagnéticas dentro de una atmósfera uniforme se desplazan en línea recta, y como la superficie terrestre es prácticamente esférica, la comunicación radiofónica a larga distancia es posible gracias a la reflexión de las ondas de radio en la ionosfera. Las ondas radiofónicas de longitud inferior a unos 10 m, que reciben los nombres de frecuencias muy alta, ultraelevada y superelevada (VHF, UHF y SHF), no se reflejan en la ionosfera; así, en la práctica, estas ondas muy cortas sólo se captan a distancia visual. Las longitudes de onda inferiores a unos pocos centímetros son absorbidas por las gotas de agua o por las nubes; las inferiores a 1,5 cm pueden quedar absorbidas por el vapor de agua existente en la atmósfera limpia.

1.- ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN

Aun cuando fueron necesarios muchos descubrimientos en el campo de la electricidad hasta llegar a la radio, su nacimiento data en realidad de 1873, año en el que el físico inglés James Clerk Maxwell publicó su teoría sobre las ondas electromagnéticas.

La teoría de Maxwell se refería sobre todo a las ondas de la luz; quince años más tarde, el físico alemán Heinrich Hertz logró generar eléctricamente tales ondas. Suministró una carga eléctrica a un condensador y a continuación le hizo un cortocircuito mediante un arco voltaico. En la descarga eléctrica resultante, la corriente saltó desde el punto neutro, creando una carga de signo contrario en el condensador, y después continuó saltando de un polo al otro, creando una descarga eléctrica oscilante en forma de chispa. El arco voltaico radiaba parte de la energía de la chispa en forma de ondas electromagnéticas. Hertz consiguió medir algunas de las propiedades de estas ondas hertzianas, incluyendo su longitud y velocidad.

La idea de utilizar ondas electromagnéticas para la transmisión de mensajes de un punto a otro no era nueva; el heliógrafo, por ejemplo, transmitía mensajes por medio de un haz de rayos luminosos que se podía modular con un obturador para producir señales en forma de los puntos y las rayas del código Morse. A tal fin la radio presenta muchas ventajas sobre la luz, aunque no resultasen evidentes a primera vista. Las ondas de radio, por ejemplo, pueden cubrir distancias enormes, a diferencia de las microondas (usadas por Hertz).

El ingeniero eléctrico e inventor italiano Guglielmo Marconi está considerado universalmente como el inventor de la radio. A partir de 1895 fue desarrollando y perfeccionando el cohesor y lo conectó a una forma primitiva de antena, con el extremo conectado a tierra. Además mejoró los osciladores de chispa conectados a antenas rudimentarias. El transmisor se modulaba mediante una clave ordinaria de telégrafo. El cohesor del receptor accionaba un instrumento telegráfico que funcionaba básicamente como amplificador.

Durante la rápida evolución de la radio tras la I Guerra Mundial, los radioaficionados lograron hazañas tan espectaculares como el primer contacto radiofónico transatlántico en 1921. También han prestado una ayuda voluntaria muy valiosa en caso de emergencias con interrupción de las comunicaciones normales. Ciertas organizaciones de radioaficionados han lanzado una serie de satélites aprovechando los lanzamientos normales de los Estados Unidos, la antigua Unión Soviética y la ESA (Agencia Espacial Europea). Estos satélites se denominan normalmente Oscar (Orbiting Satellites Carrying Amateur Radio).

El primero de ellos, Oscar 1, colocado en órbita en 1961, fue al mismo tiempo el primer satélite no gubernamental; el cuarto, en 1965, proporcionó la primera comunicación directa vía satélite entre Estados Unidos y la Unión Soviética. A principio de los años ochenta había en todo el mundo más de 1,5 millones de licencias de radioaficionados, incluidos los de la radio de banda ciudadana.

La radio, en la actualidad sigue siendo un medio de comunicación a distancia muy importante, y la importancia estriba, no sólo en mantener informada a la sociedad, sino que va mucho más allá al permitir aumentar la calidad de la misma para hacerse llegar de lo necesario para subsistir, por mejorar nivel de trabajo y hasta la cotidianeidad del hogar.

Se debe reconocer, que tras los años de la posguerra, la radio enfrentó la vigorosa competencia de la televisión, el público resultó inconstante, y tan pronto pudieron pagarse su televisión abandonaron la radio. Y frente a esta situación, en la que se vislumbraba la posibilidad de que la radio fuera desechada, esta se vio forzada a

buscar nuevas necesidades públicas a satisfacer, que no fueran atendidas con eficacia por la televisión.

En la actualidad, la radio ha encontrado al parecer la fórmula perfecta, por ser viable. Busca a su público en aquellas horas en que la televisión sería inapropiada para la gente, como al despertarse, al conducir su automóvil, o mientras realiza su trabajo.

3.- TELEVISIÓN

La transmisión a distancia de imágenes fijas fue la situación que acaparó la atención de los ingenieros desde mediados del siglo XIX.

La televisión es "la transmisión a distancia de imágenes animadas y sonoras- que nace de la conjunción de tres series de descubrimientos: la fotoeléctrica; que permite la transformación de energía lumínica en energía eléctrica; el análisis línea a línea y punto a punto de una imagen, y, finalmente, la transmisión hertziana, que permite la transmisión de señales eléctricas que corresponden a cada uno de los puntos analizados. Después de 1900 el tratamiento de la imagen pudo desarrollarse con la lámpara de Edison, que aseguraba la transformación corriente-luz y la utilización de las primeras células fotoeléctricas sensibles a la luz, para volver a convertir ésta última en corriente." (7)

El descubrimiento del mecanismo que permite la transmisión de una imagen de un lugar a otro se remonta a 1929 y llevó los nombres de Barthelemy y Henry, de Francia, pero recordemos que en 1884, en Alemania, Nipkow efectúa la reproducción de una imagen en la descomposición línea a línea por barrido de agujeros dispuestos en espiral sobre un disco giratorio delante de una fotografía que emite el telescopio eléctrico y que en EE.UU., en 1925 se realizó la presentación de los primeros sistemas completos de televisión. Como lo mencione en el capítulo anterior J.L.Baird presentó un sistema de televisión ante la Royal Institution de Londres.

Podemos decir que el verdadero comienzo de la televisión inició en 1950, en Francia, ya que había 1,794 televisores en servicio, donde se recibían programas a 50 km alrededor de París, con veinte horas semanales de programas.

Según datos de la empresa Británica Lógica, "en el año de 1995 contábamos con 123 millones de hogares con un televisor, a diferencia de 1986, tiempo en que existían 199 millones de estos., además dentro de los 123 millones, 31.3 reciben emisiones por satélite, 20 millones por cable, 7.6 por antena colectiva y 3 por antena parabólica individual" (8)

La televisión es el más nuevo de los medios de transmisiones y heredó muchas de las tradiciones de la radio y como sabemos, se reunieron varios factores para que su desarrollo tecnológico y su difusión en la sociedad fueran un proceso más rápido y menos caótico que el de la propia radio.

Resulta innecesario remarcar nuevamente su trascendencia, ya que en el capítulo I de este trabajo, intenté mostrar de una forma completa la importancia de este medio de telecomunicación, tan criticado, como reconocido.

4- SATÉLITES

Un satélite artificial se define como cualquiera de los objetos puestos en órbita alrededor de la Tierra con gran variedad de fines, científicos, tecnológicos y militares. La Unión Soviética fue la que primero puso en órbita un satélite artificial llamado Sputnik 1, este hecho histórico ocurrió el 4 de octubre de 1957.

Por su parte, Estados Unidos mandó el Explorer 1, lanzado el 31 de enero de 1958, y resultó útil para el descubrimiento de los cinturones de radiación de la Tierra.

En los años siguientes se lanzaron varios cientos de satélites, la mayor parte desde Estados Unidos y desde la antigua URSS, hasta 1983, año en que la Agencia Espacial Europea comenzó sus lanzamientos desde un centro espacial en la Guayana Francesa. El 27 de agosto de 1989 se utilizó un cohete privado para lanzar un satélite por primera vez. El cohete, construido y lanzado por una compañía de Estados Unidos, colocó un satélite inglés de difusión televisiva.

En la actualidad hay satélites de comunicaciones, navegación, militares, meteorológicos, de estudio de recursos terrestres y científicos. Estos últimos se utilizan para estudiar la alta atmósfera, el firmamento, o para probar alguna ley física.

A finales de 1986, de los más de 3.500 satélites que se han lanzado desde el Sputnik 1, unos 300 estaban operativos. La mayor parte de ellos son satélites de comunicación, utilizados para la comunicación telefónica y la transmisión de datos digitales e imágenes de televisión. Los satélites meteorológicos fotografían la Tierra a intervalos regulares en la luz visible y en el infrarrojo, y proporcionan datos a las estaciones meteorológicas de la Tierra, para la predicción de las condiciones atmosféricas de todo el mundo. Los satélites de navegación permiten determinar posiciones en el mar con un error límite de menos de 10 m, y también ayudan a la navegación en la localización de hielos y trazado de corrientes oceánicas. El SARSAT

(Sistema de satélites de búsqueda y rescate) controla señales de socorro de barcos y aeronaves mediante una red de tres satélites estadounidenses (NOAA-9,10,11) y otros dos que fueron lanzados por la antigua Unión Soviética.

Los instrumentos astronómicos colocados a bordo de los satélites se utilizan para llevar a cabo observaciones imposibles de realizar desde la Tierra debido a la absorción de radiación de la atmósfera. Con el empleo de detectores y telescopios de rayos X se han descubierto un gran número de fuentes de rayos X. También es posible la observación de la radiación ultravioleta y la detección de los rayos gamma emitidos por los objetos celestes. En 1983, con el satélite IRAS de astronomía infrarroja, los astrónomos hicieron las primeras observaciones detalladas del núcleo de nuestra galaxia.

Como sabemos la comunicación que nos permiten realizar la tecnología de la satélites es de gran importancia en la actualidad y es considerada técnicamente hablando como: cualquier tipo de comunicación cuyo soporte es una nave espacial en órbita terrestre, capaz de cubrir grandes distancias mediante la reflexión o repetición de señales de radiofrecuencia.

1.- HISTORIA Y DESARROLLO

Los primeros satélites de comunicación estaban diseñados para funcionar en modo pasivo. En vez de transmitir las señales de radio de una forma activa, se limitaban a reflejar las emitidas desde las estaciones terrestres. Las señales se enviaban en todas las direcciones para que pudieran captarse en cualquier punto del mundo. El Echo 1, lanzado por los Estados Unidos en 1960, era un globo de plástico aluminizado de 30 m de diámetro. El Echo 2, que se lanzó en 1964, tenía 41 m de diámetro. La capacidad de estos sistemas se veía seriamente limitada por la necesidad de utilizar emisoras muy potentes y enormes antenas.

Las comunicaciones actuales vía satélite únicamente utilizan sistemas activos, en los que cada satélite artificial lleva su propio equipo de recepción y emisión. Score, lanzado por Estados Unidos en 1958, fue el primer satélite activo de comunicaciones y uno de los primeros adelantos significativos en la exploración del espacio. Iba equipado con una grabadora de cinta que almacenaba los mensajes recibidos al pasar sobre una estación emisora terrestre, para volverlos a retransmitir al sobrevolar una estación receptora.

El Telstar 1, lanzado por la American Telephone and Telegraph Company en 1962, hizo posible la transmisión directa de televisión

entre Estados Unidos, Europa y Japón y era capaz de repetir varios cientos de canales de voz. Lanzado con una órbita elíptica de 45° respecto del plano ecuatorial, Telstar sólo podía repetir señales entre dos estaciones terrestres durante el breve espacio de tiempo durante cada revolución en el que ambas estaciones estuvieran visibles.

2.- SATÉLITES DE COMUNICACIÓN COMERCIALES

El despliegue y la explotación comercial de los satélites de comunicaciones se inició con la creación de la Communications Satellite Corporation (COMSAT) en 1963. Al formarse la International Telecommunications Satellite Organization (INTELSAT) en 1964, la COMSAT se convirtió en su miembro norteamericano. Con sede en Washington, D.C., INTELSAT es propiedad de más de 120 países. El Intelsat 1, también conocido como Early Bird, lanzado en 1965, proporcionaba 2.400 circuitos de voz o un canal bidireccional de televisión entre Estados Unidos y Europa. Durante los años sesenta y setenta, la capacidad de mensajes y la potencia de transmisión de las sucesivas generaciones del Intelsat 2, 3 y 4 fueron aumentando progresivamente al limitar la emisión sólo hacia tierra y segmentar el espectro de emisión en unidades del respondedor de una determinada anchura de banda. El primero de los Intelsat 4, puesto en órbita en 1971, proporcionaba 4.000 circuitos de voz.

La era de los satélites de comunicación comerciales comenzó a tener más auge, en 1974, con el lanzamiento del WESTAR 1, que realizó EE.UU., a partir de lo cual, y en el lapso de una década, los satélites han llegado a ser esenciales prácticamente en todas las industrias relacionadas con la comunicación de masas, incluyendo los periódicos, el teléfono y los medios electrónicos

Los satélites comerciales ofrecen una amplia gama de servicios de comunicaciones. Los programas de televisión se retransmiten internacionalmente, dando lugar al fenómeno conocido como aldea global.

Los satélites también envían programas a sistemas de televisión por cable, así como a los hogares equipados con antenas parabólicas. Además, los terminales de muy pequeña apertura, retransmiten señales digitales para un sinnúmero de servicios profesionales. Los satélites Intelsat llevan ahora 100.000 circuitos de telefonía, y utilizan cada vez más la transmisión digital. Los métodos de codificación digital han permitido reducir a una décima parte la frecuencia de transmisión necesaria para soportar un canal de voz, aumentando en consecuencia la capacidad de la tecnología existente y reduciendo el tamaño de las estaciones terrestres que proporcionan los servicios de telefonía.

Todo lo anterior implica un excelente negocio, por ejemplo, lanzar un satélite de comunicaciones cuesta normalmente unos 75 millones de dólares, inversión inicial que, da buenos resultados dado que cada satélite tiene unas dos docenas de transpondedores (equipo emisor-receptor) a bordo que pueden arrendarse a los usuarios como HBO, por la módica cantidad de un millón de dólares, aproximadamente al año y por unidad.

Con lo expuesto, nos percatamos de que el mundo de la telecomunicaciones, es amplio, extenso y seguirá avanzando, ya que las nuevas posibilidades de comunicación a distancia permitirán una organización del espacio biográfico que diferirá de la que tienen que administrar los estados o las empresas, en efecto, este crecimiento de las telecomunicaciones debería conducir a una nueva definición del hombre con el espacio y con el tiempo, el uso de las telecomunicaciones abre, pues, nuevas perspectivas de análisis sobre nuestra percepción de los espacios y pone a éstos en relación directa, entre sí, todo esto susceptible de evolución.

F) DERECHO DE LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO

1.-RÉGIMEN LEGAL

Si he mencionado, el amplio mundo de las telecomunicaciones, fácil es deducir que su regulación representa grandes dificultades, además, hay que tomar en cuenta que aunque con ciertos matices, se reconoce que la prestación de estos servicios genera monopolios naturales.

Como esto llega a implicar que en algunos sectores de la economía el costo de ofrecer determinado volumen de producción sea menor si lo ofrece una sola empresa a que sí lo hacen varias, razón por la cual muchos países, preferían no prestar dichos servicios, pero el avance tecnológico, como las redes de microondas, la telefonía celular o el cable de fibra óptica modificaron este panorama y un número importante de países privatizó el sector, como Estados Unidos, Chile, Gran Bretaña. En este orden de ideas tenemos que una privatización sin la debida regulación puede ser contraproducente; por un lado se requiere, que esta sea flexible para que permita incorporar con facilidad las innovaciones tecnológicas, asegurando la prestación del servicio, pero evitando el monopolio, y por el otro, se necesita crear condiciones reales, que permitan la inversión privada en el sector.

1.1 MÉXICO

En nuestro país, esta regulación sufrió recientemente modificaciones de índole sustantivo, en 1990 se privatizó la empresa estatal Telmex, como sabemos, esto permitió la inversión privada nacional y extranjera, así se rompió el monopolio en el servicio de larga distancia permitiendo la competencia en ese servicio a partir de 1996, en un sentido práctico resultó dar beneficios a la población, ya que esta empresa tuvo que esforzarse por otorgar un mejor servicio en todos los aspectos, dada la competencia.

Recordemos que en el año de 1995, se modificó el artículo 28 constitucional, respecto del régimen aplicable a los satélites de telecomunicación, y esta reforma consistió en considerarlos un área prioritaria, en lugar de estratégica, y por ende se admite la inversión extranjera.

En junio de ese mismo año, se publicó, en el Diario Oficial de la federación la Ley Federal de Telecomunicaciones, misma que como lo marca su artículo segundo transitorio, derogó la Ley de Vías Generales

de Comunicación. Esto ha constituido un avance, que ha marcado la pauta a diversos cambios, cabe mencionar que fundamentalmente, esta ley regula el aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicaciones y la comunicación vía satélite.

Dentro de los criterios contenidos en esta ley tenemos, que confirma la rectoría del Estado, conforme a los artículos 27 y 28 constitucionales, en materia de telecomunicaciones y el dominio que éste ejerce sobre el espacio radioeléctrico. Otro aspecto que resulta interesante es que en su artículo 4, considera que el espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicación y los sistemas de telecomunicación vía satélite, son considerados vías generales de comunicación, por tanto en su artículo 5, párrafo segundo, establece que la instalación, operación y mantenimiento del cableado y equipo destinado al servicio de las redes públicas de telecomunicaciones se considera de interés público y por tanto son de jurisdicción federal.

En su artículo 3° la Ley Federal de Telecomunicaciones define el espectro radioeléctrico como "el espacio que permite la propagación sin guía artificial de ondas electromagnéticas cuyas bandas de frecuencia se fijan convencionalmente por debajo de los 3000 gigahertz".

Resulta importante señalar que este espectro, de acuerdo al artículo 10° de la ley en cita, se divide en cinco tipos:

- de uso libre utilizado en aquellas bandas de frecuencia que pueden ser utilizadas por el público en general, sin necesidad de concesión, permiso o registro,
- el destinado a usos determinados, como aquellas bandas de frecuencias otorgadas mediante concesión y que pueden ser utilizadas para los servicios que autorice la Secretaría de Comunicaciones y Transportes,
- El oficial, destinado para uso exclusivo de los gobiernos federal, estatal y municipal mediante asignación directa,
- El de usos experimentales, que podrá otorgar la secretaría, mediante concesión directa e intransferible; y
- El reservado que incluye bandas de frecuencia que no pueden ser asignadas ni concesionadas.

Para usar, aprovechar o explotar una banda de frecuencia en nuestro territorio, con la salvedad del espectro de uso libre y el de uso oficial se requiere de acuerdo al artículo 11 de la Ley Federal de Telecomunicaciones, una Concesión, expedida por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Estas concesiones sólo puede ser otorgadas a personas físicas o morales mexicanas, y la inversión extranjera está limitada al 49% y las dos excepciones a esta regla, lo son la primera en la telefonía celular, en la que si puede haber participación mayoritaria del capital extranjero y la segunda en servicios de radiodifusión (excepto televisión por cable), donde no se admite la inversión extranjera directa o indirecta.

En cuanto a la red de telecomunicaciones tenemos que de acuerdo al artículo 3°, fracción VIII, de la ley en comento, se define como "un sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario".

Estas redes, pueden ser públicas o privadas, la diferencia está, en que en el primer caso, se explotan de manera comercial servicios de telecomunicaciones, mientras que en segundo se limitan sólo a satisfacer necesidades específicas de personas privadas; para poder explotar un red pública se requiere obtener concesión que se otorgará hasta por un plazo de 30 años prorrogables.

Conforme a lo que establece el artículo 28 de la ley en cita las redes privadas, siempre y cuando no exploten comercialmente servicios o utilicen bandas de frecuencia del espectro, pueden operar con libertad.

Por último quiero hacer referencia a lo dispuesto en cuanto a la comunicación vía satélite, como sabemos el 2 de marzo de 1995, se publicó en el Diario Oficial de la Federación una reforma al artículo 28 constitucional, en el cual se consideraba a la comunicación vía satélite como un área estratégica y por tanto sus funciones correspondían en forma exclusiva al Estado. La reforma consistió, en considerar, las comunicaciones vía satélite como áreas prioritarias para el desarrollo nacional.

En primer término resulta importante resaltar que la Secretaría asegurará, en coordinación con las dependencias involucradas, la disponibilidad de capacidad satelital suficiente y adecuada para redes de seguridad nacional y para prestar servicios de carácter social. (artículo 55)

Esto lo podemos relacionar con lo que marca en su artículo 7 la ley, al señalar sus objetivos, dentro de los cuales tenemos: promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones, asegurar la rectoría del Estado en la materia de telecomunicaciones; promover el

fortalecimiento de los valores culturales y de la identidad nacional, así como fomentar la sana competencia entre los prestadores de servicios de comunicaciones y promover una adecuada cobertura social.

Los numerales 55 a 59 de la Ley Federal de Telecomunicaciones, fijan algunas condiciones específicas respecto de la operación de este tipo de comunicación, es de resaltar la obligación de los concesionarios de poner satélites en órbita a más tardar cinco años después de se les haya otorgado la concesión respectiva y para los concesionarios de órbitas geoestacionarias, de establecer centros de control y operación en territorio nacional, los cuales deben ser operados de preferencia por mexicanos. Los concesionarios que distribuyan las señales en el país deben respetar los derechos de propiedad intelectual de los programas que transmitan.

Por último resulta importante señalar que esta materia está sujeta relacionada por un número de tratados y convenios internacionales que contiene disposiciones que afectan directamente su regulación en el ámbito nacional, por ejemplo el convenio Internacional de Telecomunicaciones publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 29 de junio de 1984, así como el Acuerdo Relativo a la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite "INTELSAT", publicado en el D.O.F; el 7 de febrero de 1973.

Y no pueden faltar un número considerable de acuerdos bilaterales con Estados Unidos de América y Canadá, dentro de los que destacan las disposiciones aplicables en materia de telecomunicaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Por lo expuesto podemos concluir que esta ley constituye en buena medida un avance, para la regulación de las telecomunicaciones en nuestro país, aunque estoy consciente de que el camino en este rubro comienza a ser escrito.

CITAS

- 1.- Sergio López Ayllón, Derecho de la Información, Editorial Mc Graw Hill, México, 1997, página 33.
- 2.- Diccionario Enciclopédico Larousse, Editorial Ramón García-Pelayo y Cross, México 1998, página 853.
- 3.- M. L. de Fleur, S. J. Ball-Rokeach, Teorías de la Comunicación de Masas, Editorial Paidós Mexicana, S. A., México 1996, página 123.
- 4.- Balle Francis, Comunicación y Sociedad. Evolución y Análisis comparativo de los Medios de Comunicación, Editores Tercer Mundo, Colombia 1991.
- 5.- M. L. de Fleur, S. J. Ball Rokeach, Op. Cit., página 131.
- 6.- Balle Francis, Op. Cit., página 109.
- 7.- Ibid, p. 113.
- 8.- Ibid, p. 116.

CAP. IV.- LA TELEVISIÓN COMO UN SERVICIO PÚBLICO EN MÉXICO

A) SISTEMA LEGAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

El marco jurídico que se aplica a la televisión en nuestro país, es muy amplio, ya que lo conforman disposiciones constitucionales, leyes, tratados internacionales, reglamentos, decretos presidenciales, así como normas oficiales mexicanas.

A continuación, presento los aspectos más importantes de toda esa legislación.

1.- MARCO CONSTITUCIONAL

En nuestra carta Magna de 1917, encontramos que tiene origen el marco jurídico que regula a la televisión en México.

Empecemos por recordar al artículo 6º, mismo que estatuye la libre manifestación de ideas, manejando, que estas no podrán ser "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", por tanto, esta libertad supone la facultad de toda persona a manifestar sus ideas, pensamientos u opiniones por cualquier medio, lo que implica la libertad de pensamiento y esto permite la libre manifestación de ideas a través de un medio no escrito, y la libertad de imprenta cuando ocurre lo contrario.

Debemos observar que esta Libertad no es absoluta ya que la propia Constitución señala los límites.

Cabe mencionar que la última reforma con la que se modificó el artículo aludido, ocurrió en 1977, consistiendo en estipular que el derecho a la información sería garantizado por el Estado.

El comentado artículo sirve de base al contenido del numeral 58 de la Ley Federal de Radio y Televisión al señalar "... *El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y televisión es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa...*"; a esta ley me referiré más adelante.

Por su parte el artículo 27 establece que, corresponde a la nación el dominio directo del espacio situado sobre el territorio nacional, en el cual se incluye el espacio aéreo. Dicho espacio, es el elemento físico por el que se difunden las ondas electromagnéticas que hacen posible las transmisiones de radio y televisión. Aquí tenemos el origen del régimen de concesiones y permisos a que está sujeta la TV en México, ya que al ser la nación propietaria original de los recursos naturales que existen en el territorio nacional, tiene la facultad de ceder a los particulares su explotación.

El artículo 28 establece la prohibición de monopolios y las prácticas monopólicas, tanto en actividades comerciales como industriales. Ahora bien, recordemos que la televisión, es una actividad industrial y como tal se debe sujetar a la libre competencia entre las empresas que proporcionan el servicio. Aquí tenemos que mencionar que la Ley Federal de Competencia Económica es el ordenamiento que regula esta actividad, y la Comisión Federal de Competencia, es la instancia encargada de dictar las resoluciones en la materia. Esta última es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

En el artículo 41 se establece el derechos que tendrán los partidos políticos al acceso en forma permanente en los medios de comunicación social, sujetándose a las formas y procedimientos que establece la ley. Es bien sabido, que la televisión se ha convertido en uno de los instrumentos idóneos para llevar a cabo la difusión y hasta el análisis de las propuestas de los diferentes partidos políticos, aumentándose dicha situación, por razones obvias durante los procesos electorales.

La Ley Federal Electoral de 1973.⁽¹⁾ Es donde por primera vez se estableció el derecho de los partidos políticos a tener acceso gratuito a la radio y la televisión, resulta interesante comentar que este se limitó a 10 minutos quincenales y participación en programas colectivos.

Por otro lado tenemos que el numeral 73, fracción XVII, dice que la expedición de leyes, reglamentos y demás vías generales de comunicación, así como su aplicación, corresponde exclusivamente a autoridades de carácter federal, es decir, al Ejecutivo Federal, al Congreso de la Unión (Cámara de diputados y Cámara de Senadores) y a los tribunales de orden federal.

Y como sabemos, el artículo 123 es aplicable a las empresas de televisión en el aspecto de las relaciones laborales que éstas mantienen con sus trabajadores. Esto se relaciona con la Ley Federal del Trabajo, que es la disposición legal de la que se desprenden todos los derechos y

obligaciones en las relaciones obrero-patronales, y derivado de ésta se encuentra el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión, el cual está dividido en tres capítulos: el primero, relativo a disposiciones generales (arts. 1° al 86°); el segundo de disposiciones específicas aplicables a radio(arts. 87 al 101); y el tercero de disposiciones específicas aplicables a televisión (arts. 102 al 126).

De nuestra carta magna, surgen la leyes, reglamentos y demás disposiciones aplicables a la televisión, a continuación me referiré a éstos aspectos.

2.- MARCO INTERNACIONAL

En materia de radiodifusión, nuestro país está sujeto a diversos tratados y convenios internacionales, cuyos contenidos son considerados ley suprema, de acuerdo con lo establecido por el numeral 133 de nuestra Constitución.

Dentro de los más importantes acuerdos tenemos la firma del Convenio Constitutivo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).(2) Este convenio abrogó al "Convenio Internacional de Telecomunicaciones, Reglamento General y Protocolos Adicionales adoptados por la Conferencia de Plenipotenciarios de la Unión Internacional de Telecomunicaciones en la ciudad de Nairobi, Kenia, el 6 de noviembre de 1982". (3)

La UIT es un organismo integrado por prácticamente todos los países del mundo, que se encarga de mantener y ampliar entre sus miembros el mejoramiento y empleo racional de los diferentes servicios de telecomunicaciones.

En dicho convenio se establecen las obligaciones de los miembros de la UIT en aspectos como la utilización racional del espectro radioeléctrico y de las órbitas de los satélites geoestacionarios, llamadas y mensajes de socorro, instalaciones de los servicio de defensa nacional, suspensión de servicios internacionales, entre otros. Asimismo, se reconoce el derecho soberano de cada país de reglamentar sus telecomunicaciones, así como el de realizar convenios bilaterales, siempre y cuando no entren en contradicción con las disposiciones señaladas en el documento macro.

Es con base en este convenio, en su respectivo Reglamento de Radiocomunicaciones (4) y en las conclusiones de las conferencias administrativas mundiales y regionales realizadas en el mismo seno de la UIT, donde se sustentan las políticas de carácter técnico y tecnológico

que impulsa el gobierno Mexicano en materia de telecomunicaciones, incluida la televisión.

Principalmente con Estados Unidos, nuestro país tiene firmados diversos convenios bilaterales, con el objetivo primordial de evitar interferencias de una señal de televisión proveniente del otro lado de la frontera. Aquí se precisan las condiciones técnicas que deben regir la operación de las estaciones de televisión en ambos lados de la frontera.

De igual forma se listan los canales asignados a cada uno de los países.

Por otro lado tenemos que ambos países firmaron un nuevo acuerdo que les llevó a hacer una revisión de los convenios anteriores, con la finalidad de realizar acciones tendientes a introducir la televisión digital. El propósito principal es asignar un canal adicional a cada uno de los que el país tiene ya asignados, de esta forma en el segundo canal funcionaría la televisión digital. Este convenio fue firmado el 21 de abril de 1997 por ambos países.

En cuanto a canales para televisión digital en otros estados de la República Mexicana, el proceso inició a finales de 1997, esto fue posible al otorgar la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el 5 de diciembre de 1997, a Televisa y a TV Azteca un par de permisos de carácter experimental a fin de iniciar el desarrollo de la televisión digital.

3.- MARCO LEGAL Y REGLAMENTARIO

El marco legal de la radio y la televisión se encuentra en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 19 de enero de 1960 y su reglamento (RLFRT), que fue publicado en el D.O.F., el 4 de abril de 1973.

Antes de entrar a su estudio específico, resulta importante hacer algunas observaciones.

Como vemos, esta legislación tiene apenas 38 años de antigüedad y su reglamento 23 de haber sido expedido, lo que tiene como resultado que algunas de sus disposiciones ya sean anacrónicas, pues cuando surge, los medios mencionados estaban ya establecidos; y esta ley responde a intereses muy particulares; es conveniente precisar que debido al avance de la técnica de los medios masivos, a la evolución de las estructuras, al crecimiento de la cultura y a la transformación de los

contenidos, se ha abierto una gran abismo entre nuestra ley y las realidades citadas.

Ahora bien, recordemos que existen dos modelos en materia de televisión, el primero es el control directo del Estado, mediante monopolio estatal o corporación pública de las estaciones de televisión, este modelo se ha ido modificando, dando cabida a estaciones privadas.

Por otro lado tenemos el modelos de las estaciones privadas que operan mediante licencias o concesiones y están sujetas a condiciones específicas a fin de impedir la concentración horizontal o vertical, en nuestro país se adopto un sistema mixto.

De acuerdo a nuestra legislación en materia de radio y televisión, tenemos que sus disposiciones reflejan a la vez las condiciones que han permitido la concentración de los medios de comunicación, en especial la televisión, junto con una retórica nacionalista que buscaba erigir al Estado en guardián único de los valores nacionales y contenidos de la radio y la televisión al tiempo que establecía las condiciones de dependencia de los medios frente a su poder.⁽⁵⁾

En este contexto, tenemos que el artículo 3 establece "...la industria de la Radio y Televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible...", de esto desprendemos en principio que la tecnología hoy en día permite diversas formas de transmisión de voz e imagen por medios distintos de las ondas electromagnéticas, pro ejemplo el cable.

De acuerdo al numeral 4, de la ley multicitada, la radio y televisión son consideradas como "actividades de interés público", y no como un "servicio público". Situación, que constituye precisamente el tema eje de este trabajo, resultando conveniente abordar otros apartados para referirme a esta circunstancia de la legislación de la materia más adelante.

Como ya se menciona el artículo 5 otorga a la radio y televisión una "función social" y esto se encuadra a contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, para lo cual la radio y televisión procurarán difundir el respeto a la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; así como evitar influencias nocivas para nuestra niñez y juventud; elevar el nivel cultural del pueblo y conservar sus

características nacionales y por último se menciona el fortalecer las convicciones democráticas y la unidad nacional.

3.1.- RÉGIMEN DE CONCESIONES Y PERMISOS

Para poder hablar de concesión es imperante recordar al acto administrativo, siendo este una declaración de voluntad, efectuada en el ejercicio de la función administrativa que produce efectos jurídicos individuales en forma directa; el Maestro Nava Negrete refiere que existen actos que benefician la situación jurídica de los particulares, como son por ejemplo, concesiones y permisos administrativos, exenciones y condonaciones; en cambio existen otros que la perjudican, lesionan o restringen, como la multa administrativa, la clausura, recargos; y por último señala, existen otros que simplemente denotan una situación legal del particular, en general, todos los actos registrales públicos.

Ahora bien, la concesión "es un acto administrativo mediante el cual el Ejecutivo Federal confiere a una persona, física o moral, una cierta coordinación o poder jurídico para ejercitar algunos derechos y obligaciones en la explotación de un servicio público o bienes del dominio del Estado durante un determinado tiempo".(6)

Por su parte el Licenciado Nava Negrete la define como "un acto que crea en un particular, llamado concesionario, el derecho para prestar un servicio público o para explotar un bien propiedad del Estado, con una prestación a favor de éste".(7)

El régimen jurídico de los permisos administrativos permite a los particulares explotar y utilizar vías generales de comunicación, así como realizar actividades de índole industrial y comercial, entre otras.

Tenemos al premiso administrativo, como un acto que facilita al particular permisionario el ejercicio de un derecho, sujetándose a las normas establecidas.

Para estar en condiciones de hablar del régimen de concesiones y permisos que opera en materia de televisión en nuestro país, debo retomar lo establecido por el artículo 27 Constitucional, el cual establece que "corresponde a la nación el dominio directo sobre el espacio situado sobre su territorio, en la extensión y términos que fije el derecho internacional", este dominio es inalienable e imprescriptible, por tanto la explotación, uso o aprovechamiento por los particulares requiere forzosamente de una **concesión otorgada por el Ejecutivo**

Federal de acuerdo con los parámetros establecidos en la Ley Federal de Radio y Televisión.

La Ley Federal de Radio y Televisión establece el régimen de concesiones y permisos aplicables a la materia, y está implica el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, de acuerdo al numeral 3° de la ley.

En el caso de la televisión, el otorgamiento de concesiones y permisos está basado en condiciones legales distintas, según el sistema a operar, éste puede ser: abierto o restringido.

3.1.1.- TELEVISIÓN ABIERTA

De conformidad con el numeral 13 de la LFRT, se clasifican las estaciones de Radio y Televisión en comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole, asimismo se establece que las estaciones comerciales requieren de concesión, mientras que las demás de permiso. En la realidad, la mayoría opera bajo el esquema de concesión y un pequeño porcentaje, que corresponde a las estaciones de Estado y las denominadas culturales, opera con permisos.

Las concesiones y permisos se otorgan sólo a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. De Acuerdo al artículo 6°, fracción III, de la Ley de Inversión Extranjera (8), se establece que los servicios de radiodifusión, distintos de TV por cable, son actividades reservadas a mexicanos o a sociedades mexicanas.

El procedimiento para el otorgamiento de las concesiones está regulado por los artículos 17 a 22 de la Ley Federal de Radio y Televisión. Estas concesiones se otorgan por un máximo de 30 años renovables, siendo la Secretaría de comunicaciones y Transportes la encargada de convocar, mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación, la presentación de solicitudes para obtener concesiones, recibidas las propuestas, la S.C.T., estudia cada solicitud y resuelve "a su libre juicio" cuál de ellas es seleccionada y debe continuar el trámite. (art. 19), para lo anterior, de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública, en su numeral 36, fracción III, la S.C.T., tendrá la opinión de la Secretaría de Gobernación.

Una vez hecha la selección, la S.C.T. ordena la publicación de una síntesis de la solicitud por dos veces y con un intervalo de 10 días en el D.O.F. y en otro periódico en la zona donde debe operarse el canal, con el fin de dar la oportunidad para que las personas o instituciones que

podrían resultar afectadas presentes objeciones, en un plazo de 30 días contados a partir de la última publicación, de no presentarse ninguna, entonces se procede a publicar el texto del título de concesión en el mismo D.O.F.

Conforme al artículo 26 de la LFRT, las concesiones y permisos sólo pueden traspasarse a personas físicas o morales que cumplan con los requisitos de la ley. Dicha transmisión sólo puede hacerse efectiva en un plazo no menor de tres años, partir del inicio de operaciones, y que el beneficiario hubiese cumplido con todas sus obligaciones.

Las causales de nulidad, caducidad y revocación de concesiones y permisos están especificadas de los artículos 29 a 39 de la ley en comento. Son nulas cuando se obtenga o se expidan sin llenar los trámites respectivos. Caducan si no se inicia o no se termina la construcción de las instalaciones, no inician las transmisiones dentro de los plazos fijados y no se otorga la garantía especificada en la ley. Y son revocadas por diversas circunstancias: desde el cambio de la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la S.C.T., hasta la suspensión, sin causa justificada, de las transmisiones por un periodo mayor de 60 días. En su artículo 31, fracción IX, dice que podrá ser revocada por cualquier falta de cumplimiento a la concesión. Cabe mencionar que en ciertas causales de revocación el concesionario pierde sus bienes a favor de la nación.

3.1.2.- TELEVISIÓN RESTRINGIDA

En lo referente a la televisión restringida, en cualquiera de sus modalidades (cable, por microondas o MMDS, directa al hogar o DTH), el régimen de concesiones y permisos tiene sus bases jurídicas fundamentales en la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT) de 1995, la cual, como ya se mencionó deroga en lo conducente a la Ley de Vías Generales de Comunicación (LGVC).

En este caso, de acuerdo al artículo 12 de la Ley Federal de Telecomunicaciones, las concesiones se otorgan a personas físicas o morales de nacionalidad mexicana y a diferencia de lo establecido para la televisión abierta en la LFRT, aquí se permite una participación de inversionistas extranjeros de hasta el 49%. La única excepción a la regla en cuanto a este porcentaje lo hace en relación a la telefonía celular, donde la inversión extranjera puede ser mayoritaria.

Otra diferencia importante en la aplicación de las leyes entre un sistema de televisión abierto y uno restringido consiste en el propio procedimiento para obtener la concesión, como vimos en el primer

caso es necesario esperar la convocatoria de la S.C.T., en el segundo es de la siguiente manera: para los sistemas que utilizan bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico como la tecnología MMDS, se debe participar en un procedimiento de licitación pública en el que el Gobierno Federal tiene derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente; es decir, se debe pagar por ella, la S.C.T., debe publicar periódicamente las bandas de frecuencias, con sus correspondientes modalidades de uso y coberturas geográficas que serán licitadas, éstas últimas fueron dadas a conocer en septiembre de 1997.

En el caso de la Televisión Directa al Hogar, las concesiones se solicitan, con algunos requisitos previos, al gobierno Federal y éste, por conducto de la S.C.T., estudia la documentación y podrá requerir una contraprestación económica por el otorgamiento.

En los artículos 24 y 25 de la Ley Federal de Telecomunicaciones encontramos lo relativo a la televisión por cable, (cuyo sistema de operación no utiliza frecuencias del espectro radioeléctrico para llegar a sus usuarios, pero sí una red física para ofrecer sus servicios), la concesión se puede obtener presentando también una solicitud a la S.C.T., misma que determina, con base en el análisis y evaluación de la documentación correspondiente, si se otorga o no, en un plazo no mayor de 120 días. En este caso no hay pago de por medio, salvo por los derechos correspondientes.

Para poder explotar comercialmente cualquiera de los sistemas restringidos de televisión, se deberá solicitar, además, una concesión de red pública de telecomunicaciones, la cual se otorgará en el mismo acto administrativo en el que se obtenga la concesión correspondiente y siempre que el interesado cumpla los requisitos establecidos en la ley. Como resultado tenemos que, al convertirse en redes públicas, los concesionarios deben permitir la interconexión e interoperabilidad para hacer posible que, a través de ellas, operen otros prestadores de servicios de telecomunicaciones, de manera no discriminatoria y bajo los principios de una sana competencia. Lo anterior está regulado de los artículos 41 a 49 de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

De acuerdo a lo establecido en los artículos del 19 a 27 de la ley en comento, las concesiones sobre bandas de frecuencias y de comunicación vía satélite se otorgan por un plazo de 20 años, mientras que las relativas a redes públicas de telecomunicaciones, por 30 años. En todas ellas existe la posibilidad de prórroga hasta por plazos iguales a los originalmente otorgados, lo anterior a juicio de la propia Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Por otro lado tenemos que en cuanto a los permisos, la LFT señala que éstos pueden ser otorgados para el establecimiento y explotación de comercializadoras de servicios de telecomunicaciones, cabe mencionar que en su artículo 52 la ley en cita define a la comercializadora de servicios de telecomunicaciones como "toda persona que, sin ser propietaria o poseedora de medios de transmisión, proporciona a terceros servicios de telecomunicaciones mediante el uso de capacidad de un concesionario de redes públicas de telecomunicaciones"; y para la instalación y explotación de estaciones terrenas transmisoras. Encontramos aquí una diferencia con los permisos establecidos por la Ley Federal de Radio y Televisión, ya que en esta última se establece la oportunidad de obtenerlos siempre y cuando no se tenga propósito comercial alguno.

Las concesiones y permisos de TV restringida pueden ser cedidos parcial o totalmente, siempre que se asuman las obligaciones y condiciones que establezca la S.C.T., por su parte la LFT dispone las siguientes condiciones: el trámite debe hacerse a partir del tercer año del otorgamiento de la concesión; en caso de cederse a otro concesionario o permisionario que preste servicios similares en la misma zona geográfica, la S.C.T., autorizará la operación siempre y cuando exista la opinión favorable de la Comisión Federal de Competencia, y en ningún caso se podrá ceder, gravar, dar en prenda, hipotecar o enajenar la concesión o el permiso" a ningún Gobierno o Estado extranjero.

En los artículos 37 al 40, se especifican las causas para la terminación y revocación de las concesiones y permisos. Terminan por vencimiento en los plazos establecidos, por renuncia, liquidación o quiebra del concesionario o permisionario, por revocación o por rescate. Pueden ser revocadas por causales de obvia resolución como interrupción en el servicio sin causa justificada o sin autorización de la S.C.T., por negarse a cumplir con las obligaciones o condiciones establecidas.

Resulta importante mencionar que además de estas reglas generales, existen diversas disposiciones de aplicación exclusiva para cada uno de los procedimientos de concesión de los sistemas restringidos de televisión. Empecemos por mencionar a la TV por cable, el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable establece que el Gobierno Federal debe recibir 15% de los ingresos mensuales de los concesionarios por concepto de suscripciones y un porcentaje similar por publicidad, esto de acuerdo al numeral 27 del reglamento. Y en los artículos 28 a 31 se establece que los concesionarios quedan obligados a presentar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes los contratos tipo con sus usuarios para su aprobación.

En cuanto al los sistemas MMDS, tenemos que no tiene un reglamento específico, pero se les aplica el Reglamento de Servicio de Televisión por Cable. A pesar de ello, a los prestadores de tal sistema, sólo se les obliga a pagar al Gobierno Federal un 9% de sus ingresos obtenidos por suscripciones y publicidad.

En relación con el sistema de DTH, cuyas empresas utilizan satélites extranjeros para cubrir y prestar servicios sobre el territorio nacional, como la empresa DirecTV en México, la legislación señala que las concesiones sobre derechos de emisión y recepción de señales, así como de las bandas de frecuencias asociadas a dichos artefactos espaciales, pueden otorgarse siempre y cuando se tengan firmados algunos tratados en la materia con el país de origen de la señal y dichos tratados contemplan la reciprocidad para los satélites mexicanos. El 28 de abril de 1996 se firmó el primer tratado con esas características, entre México y Estados Unidos, mismo que fue aprobado por la Cámara de Senadores el 29 de abril del mismo año.

Por último, creo conveniente precisar lo siguiente: según al artículo 2° del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, define a ésta como un "servicio que se proporciona por suscripción mediante sistemas de distribución de señales de vídeo y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivados y accesorios, que distribuyan señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio"; por otra parte tenemos que el Sistema de Distribución Multipunto Multicanal (MMDS) opera por radiación multidireccional (microondas) y cubre un área de servicio sin necesidad de cableado. La recepción de la señal es posible mediante una antena direccional, un convertidor-sintonizador y un decodificador que se adapta al televisor convencional. Se le conoce también como "servicio de televisión restringido" porque sólo teniendo dichos aparatos y cubriendo una cuota mensual fijada por la empresa que lo presta es posible tener acceso a él.

En cuanto al sistema de televisión DTH, tenemos que, en el extracto de título de concesión otorgado a Grupo Galaxy Mexicana (operadora de DirecTV, se encuentran algunos datos interesantes en relación a este tema. El servicio de televisión restringida por satélite es definido como la transmisión, vía satélite, de señales codificadas de vídeo y audio asociado, y en la recepción directa de estas señales, mediante suscripción y pago mensual, salvo que la comisión autorice otro plazo, en el domicilio de los usuarios del servicio, a través de equipos terminales que sólo permiten el acceso a las señales que los usuarios hubieren contratado, mediante claves únicas que el concesionario otorgue a cada usuario.

3.2.- TELEVISIÓN POR SATÉLITES

Como se menciona en el capítulo anterior la televisión ha estado ligada al uso de los satélites desde los años sesenta para hacer llegar sus señales a grandes distancias y con una calidad de imagen y sonido. En 1997, el 38% de la capacidad de los tres satélites mexicanos en órbita (Morelos II, Solidaridad I y II) era utilizada para transmisiones de televisión abierta y restringida.

En este tipo de comunicación diferenciamos dos situaciones, una es la asignación y explotación de las posiciones orbitales geostacionarias y las órbitas satelitales que corresponden a México, de acuerdo con los tratados internacionales multilaterales que rigen la materia. La segunda son los derechos de emisión y recepción que cubren total o parcialmente el territorio nacional. Ahora bien, la Ley Federal de Telecomunicaciones establece que en ambos casos se requiere concesión, precisando que las condiciones para obtenerla son diferentes, para obtenerla se hace mediante un procedimiento de licitación pública sujeto a las mismas reglas aplicables para obtener concesión de bandas del espectro radioeléctrico.

Para la instalación, operación o explotación de las estaciones terrenas transmisoras es necesario un permiso que se otorga conforme a las mismas reglas aplicables a las comercializadoras de servicios de telecomunicaciones.

Recordemos que en octubre de 1997 fueron privatizados los satélites mexicanos, después de un proceso de tres años que se inició en enero de 1995 con la modificación del artículo 28 de nuestra Carta Magna, en el que la comunicación por satélite dejó de ser una actividad estratégica y se convirtió en una actividad prioritaria. Este tipo de comunicación está regulado por la Ley Federal de Telecomunicaciones.

Los dueños de la empresa Satélites de México (SATMEX) ---creada en junio de 1997 para facilitar la privatización y que controla los tres satélites, tres órbitas asignadas a México por la Unión Internacional de Telecomunicaciones e infraestructura de comunicación instalada en tierra--- son la empresa mexicana Telefónica Autrey, socia mayoritaria, en alianza con la estadounidense Loral Space & Communications. El monto ofrecido por el 75% de las acciones de Satélites de México fue de 692.4 millones de dólares. El 25% restante permanecerá en poder del gobierno, a través de Telecomunicaciones de México, el cual deberá venderlo a través de la Bolsa Mexicana de Valores en los próximos 5 años.

Como lo mencione en el capítulo anterior existe un Protocolo de Reciprocidad Satelital que México firmó con Estados Unidos, mediante el cual SATMEX podrá bajar su señales en aquel país y los satélites de EE.UU. de igual forma lo podrán hacer. Esto se estipulo en 1999.

3.3.- SECRETARÍAS DE ESTADO Y LA TV

Los numerales 8°, 9° y 10° de la Ley Federal de Radio y Televisión establecen las atribuciones de las secretarías de Estado en relación con la televisión.

En primer lugar tenemos a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, quien se encarga de:

- otorgar y revocar según sea el caso, concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión asignándoles la frecuencia respectiva;
- autorizar y vigilar desde el punto de vista técnico el funcionamiento y operación de las emisoras;
- fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales;
- intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de emisoras e
- imponer las sanciones que correspondan en la esfera de sus atribuciones.

A continuación la Secretaría de Gobernación, tiene a su cargo:

- vigilar que las transmisiones respeten la vida privada, la dignidad personal, la moral, no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;
- vigilar que las transmisiones dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo, creatividad, solidaridad humana, el entendimiento de los valores nacionales, el interés científico, artístico y social, proporcionen diversión y coadyuven a su proceso formativo;
- coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal;
- vigilar la eficacia de las transmisiones oficiales e imponer las sanciones a que le faculta la ley.

Por su parte a la Secretaría de Educación Pública le corresponden las siguientes atribuciones:

- promover y organizar la enseñanza a través de la radio y televisión;

- promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- promover el mejoramiento cultural y la propiedad en el uso del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones;
- intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- extender certificados de aptitud al personal de locución que participe en las transmisiones.

Por último tenemos a la Secretaría de Salud, a esta le corresponde:

- regular y en su caso autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas: comestibles, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, tabaco, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos, artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o curación de enfermedades;
- así como promover y organizar la orientación social a favor de la salud del pueblo.

También los propios reglamentos internos de las secretarías mencionadas, contienen otras disposiciones jurídicas relacionadas con sus atribuciones en esta materia.

En relación a la televisión encontramos otro organismo, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL)⁽⁹⁾, creada por decreto en agosto de 1996 como órgano administrativo desconcentrado de la S.C.T., con autonomía técnica y operativa. Su creación fue prevista en la Ley Federal de Telecomunicaciones, y este tiene diversas funciones relacionadas con la televisión restringida, en cuanto a aspectos fundamentalmente técnicos, operativos y de supervisión, emite opiniones sobre las solicitudes para trámites en materia de concesiones y permisos; la coordinación de los procesos de licitación para ocupar y explotar posiciones orbitales satelitales asignadas al país, entre otras actividades.

Está conformada por cuatro comisionados incluido su presidente, son designados por el Presidente de la República a través del secretario de Comunicaciones y Transportes, esas cuatro personas constituyen el órgano supremo de decisión.

Por otro lado tenemos al Consejo Nacional de Radio y Televisión, dependiente de la Secretaría de Gobernación, este organismo, está integrado por representantes de las secretarías de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes, de Educación Pública y de Salud, así

como de la industria de la Radio y la Televisión y de los trabajadores; esto de acuerdo al artículo 90 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Este es un órgano de consulta del Ejecutivo Federal, que intenta elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones; además de llevar a cabo medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de la ley en la materia, estas son algunas de sus atribuciones, de acuerdo a lo establecido en el artículo 91 de la Ley y 49 al 54 de su propio Reglamento.

Es importante mencionar al Consejo Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria, creado en 1996, es una organización integrada por 67 anunciantes, 41 agencias de publicidad y 30 medios y asociaciones y tiene por objeto principal promover la libertad de expresión publicitaria con responsabilidad y, mediante la autorregulación, proponer que los anuncios comerciales se enmarquen dentro de los principios de legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, respeto, justa competencia y bienestar de la salud.

Funciona como árbitro y emite su veredicto a manera de recomendación, el cual puede considerar la corrección del mensaje, la suspensión provisional o el retiro definitivo del mismo.

Resulta conveniente hablar de la publicidad en sistemas restringidos de TV, ya que aun cuando las leyes mencionadas son aplicables para todos los sistemas de televisión, hay disposiciones que son de exclusiva competencia de los sistemas restringidos.

El Reglamento del Servicio de Televisión por Cable prohibió, en el momento de su expedición, anuncios comerciales en la programación; sin embargo 10 años después hubo modificación en sus artículos 6, 27, 83, 86 y 87, que permitió la comercialización de sus canales, previa aprobación de la S.C.T.⁽¹⁰⁾

De acuerdo al artículo 86 del Reglamento, en cuanto a la programación generada en el extranjero, los concesionarios tiene la obligación de bloquear la propaganda, a diferencia de los operadores de DTH.

En lo referente a los sistemas MMDS, no existe una reglamentación específica, pero de acuerdo al título de concesión otorgado a los operadores de este servicio, éstos quedaron obligados a pagar como ya lo mencione al Gobierno Federal el 9% de los ingresos de suscripciones y por publicidad.

Existen muchos rubros más que abarcar en relación al amplio tema de la Televisión en nuestro país pero resultaría imposible hacerlo dentro de este trabajo ya que me alejaría del tema central del mismo y cada uno en sí por su importancia merecería un trabajo en específico.

B) SERVICIO PÚBLICO

1.- GENERALIDADES

Considero oportuno mencionar la función reglamentaria de la Administración Pública, que es la que se refiere al tipo de actividad que realiza el Estado, dicha función constituye la forma de ejercicio de las atribuciones, las cuales no son divergentes entre sí por el hecho de que estas tengan un contenido diferente, pues todas pueden servir para realizar una misma (11), es decir, la función de la administración pública se traduce en la prestación de servicios públicos en beneficio de los particulares, dicha función la realiza en primera instancia el Presidente de la República por ser la persona en quien se deposita todo el poder, quien representa el punto principal de control de la organización jurídica y política del Estado.

Sin embargo, a través de diversos entes administrativos y políticos, es como el Presidente de la República realiza esa función. "las funciones y actividades que realiza la administración pública son variables ya que dependen de la dinámica en la demanda social."(12)

La administración pública es la acción que realiza aquella parte del Poder Ejecutivo que, con el respaldo de la fuerza pública, tiene por objeto la gestión del interés general.(13)

Para el Licenciado Nava Negrete, "la administración pública tiene como único fin o razón de ser el de realizar o alcanzar los fines políticos del gobierno", de ahí que, deba atenderse a la administración pública no sólo desde uno de sus elementos básicos: el estructural y orgánico, sino también tomar en cuenta "los recursos burocráticos, los procedimientos administrativos, los medios de carácter presupuestal, financiero, patrimonial y los materiales" (14).

Continúa explicando que sería una concepción formal de la administración pensar sólo en su organización: es decir, secretarías de Estado, organismos descentralizados o desconcentrados y otros; sería una concepción material verla únicamente como actividad: o sea, servicio público u obra pública, concesión, inspección, etc. Concluye apuntando que la administración pública es una herramienta o instrumento que utilizan los gobiernos para colmar los requerimientos de la sociedad.

Ahora bien. en la nuestra sociedad actual siendo tan compleja, encontramos que a la educación como un elemento indispensable para la mayoría de ella; de igual forma los medios masivos de comunicación, la energía eléctrica, el servicio de agua potable, entre otros. Como sabemos todas estas necesidades son cubiertas por un servicio, que en

ocasiones es prestado por un particular a cambio de una contraprestación, o es considerado como trabajo específico del Estado el satisfacer esas necesidades específicas, como administrador público. Estamos frente a un servicio público.

Existe gran variedad de finalidades para alcanzar mediante los servicios públicos. El Estado abandono en manos de los particulares algunas actividades exclusivamente propias de aquél, ya que no sólo se dedica a la prestación de servicios públicos, como lo comenta en su obra el Maestro Nava Negrete, lleva a cabo otras actividades importantes como la recaudación de contribuciones, acciones financieras (obtención de créditos, emisión de bonos) producción de bienes, (aunque la privatización de las empresas públicas ha reducido mucho su actividad industrial), comercialización de bienes (que, por efecto de la misma privatización, ha minimizado su carácter de comerciante), relaciones diplomáticas y otras.⁽¹⁵⁾

El Servicio Público nació como actividad única y exclusiva de la administración pública y casi del Estado, el cual se concebía como Estado de servicio público. En la primeras décadas del siglo XX, se considera que aún cuando el Estado tenía diversas actividades como políticas, financieras, técnicas o administrativas, era sólo competencia de él prestar servicios públicos. después de los años treinta el concepto de servicio público entró en crisis, presentando las siguientes características: se puede prestar por el Estado o por los particulares, puede prestarse con o sin propósito lucrativo por el Estado o los particulares, es de naturaleza administrativa o económica ya sea industrial o comercial y su régimen jurídico se vuelve híbrido aplicándole normas de derecho administrativo y del derecho privado.

Señala el Licenciado Nava que a partir de los ochenta el Estado se abstiene de intervenir en numerosos servicios públicos y decide que sean los particulares los que los presten, ya que el Estado conserva los servicios públicos administrativos, o sea sin propósito de lucro, como los de justicia, salud, educación, etc.

2.- CONCEPTO

Cabe mencionar que no contamos con un concepto de servicio público universalmente aceptado, ya que la diversidad de tareas que se les ha atribuido, al igual que la controversia respecto de la división del derecho en público y privado lo han impedido.

No obstante lo anterior contamos con diversos conceptos que tratan de reunir las características esenciales del propio servicio público.

Por ejemplo para el Maestro Andrés Serra Rojas es "una actividad técnica, directa o indirecta, de la administración pública activa o autorizada a los particulares, que ha sido creada y controlada para asegurar -de una manera permanente, regular, continua y sin propósitos de lucro-, la satisfacción de una necesidad colectiva de interés general, sujeta a un régimen especial de derecho público.

El Licenciado Luis Moral Padilla lo define a través de una serie de características:

- es una actividad pública,
- satisface necesidades generales,
- lo realiza el Estado,
- tiene un régimen jurídico especial,
- es general, lo que significa que, de acuerdo con la ley, debe beneficiar a todos los habitantes,
- se presta con uniformidad o igualdad, esto se traduce en que todos los habitantes tienen derecho a prestaciones iguales de un servicio público,
- es continuo, lo que significa que se debe prestar sin interrupciones,
- es regular, es decir, que se debe realizar conforme a la ley,
- es obligatorio, lo que significa que es un deber,
- es persistente, esto es, que debe subsistir sólo si la necesidad permanece,
- es gratuito, es decir, que debe proporcionarse sin afán de lucro.

Dentro del derecho comparado, nos encontramos con el Tratadista Rafael Bielsa, quien define al servicio público como "toda acción o prestación realizada por la Administración pública activa, directa o indirectamente, para la satisfacción concreta de necesidades colectivas, y asegurada esa acción o prestación por el poder de policía." (16).

Continúa explicando las partes de la definición diciendo:

a) Que es servicio público "toda acción o prestación", porque la acción puede no ser prestación concreta; como ejemplo cita a el ejército en maniobras y la policía en sus funciones de organización y preparación, no realizan por eso solo prestaciones, ya que esta se realiza cuando los citados en defensa de la integridad territorial o del orden público actúa contra los transgresores u ofensores de la paz y del orden público, y cuando la policía de seguridad protege una reunión; entonces la acción se convierte en cada hecho en prestación, ya sea *uti universi*

(colectiva), ya sea *uti singuli* (individual), según se beneficie en forma directa e indivisible a la colectividad, o beneficie en manera diferencial a un individuo o a varios, indeterminados pero determinables. Expone como ejemplo, que los laboratorios químicos de la Administración Pública, al realizar investigaciones para que ella ordene luego medios preventivos de epidemias, realizan un servicio público *uti universi*; pero la prestación es *uti singuli* cuando los agentes de la administración sanitaria aplican a cada individuo vacunas o medidas profilácticas, etc. Esta distinción existe también en lo que respecta al uso del dominio público.

b) El siguiente elemento que explica es que la prestación del servicio público debe ser realizada por la Administración Pública, quiero aclarar que esto en el entendido de la existencia de las concesiones, donde el servicio se presta por particulares con autorización de la Administración Pública traducida como la concesión.

c) En cuanto que sea directa o indirectamente, dice se refiere a la prestación directamente, cuando lo es por la propia Administración pública; indirectamente, cuando lo es por concesionarios, claro está, bajo el control constante de la Administración Pública.

d) De la satisfacción concreta, explica que es así ya que no basta instituir o crear el servicio de interés colectivo o autorizar su prestación por concesión; sino que es necesario prestarlo efectivamente.

e) Una necesidad colectiva es precisamente lo que el servicio público debe satisfacer, es una necesidad colectiva donde existen elementos positivos y negativos, predominan los primeros, razón por la cual el Estado toma primero a su cargo la función, y luego crea el servicio público, cuya regularidad y continuidad se asegura por los medios propios del poder público.

f) En cuanto a la continuidad del servicio refiere, que esta es asegurada por el poder de policía, entendiéndolo como indispensable el factor poder público, ya que estando la técnica, las tarifas no pueden aumentar o disminuir arbitrariamente, es necesario establecer su continuidad y su regularidad poniendo término a la anarquía y a la arbitrariedad.

Finaliza apuntando que para seguir con la continuidad, no sólo basta el poder de policía sino que también indirectamente ella se asegura por sanciones contra los que entorpecen o interrumpen esa continuidad, o estorban o impiden las medidas de seguridad, a manera de ejemplo señala en que su Código Penal, artículo 190 "se reprime con

prisión de seis meses a dos años al que inutiliza o destruye en todo o en parte, las vías obras destinadas a las comunicaciones públicas, por tierra o por agua.

Considero bastante ilustrativa la definición y explicación del Tratadista Bielsa. Algunos de sus ejemplos nos servirán más adelante. Ahora bien, resulta muy importante referirme al concepto que da el jurista francés Maurice Hauriou. "Es un servicio técnico prestado al público por una organización pública, en forma regular y continua, para satisfacer necesidades públicas" (17)

Notemos que este concepto ha evolucionado, ya que el propio autor en un principio hizo hincapié en que el servicio se preste sin lucro, ahora como sabemos se presta con lucro como contraprestación a los concesionarios. Además este concepto no maneja que el servicio público se rija por el derecho administrativo, se reconoce que se puede prestar por el Estado o por particulares y aquí el régimen puede ser de derecho administrativo, o híbrido también con normas de derecho privado.

El jurista Nava Negrete apunta que al decir servicio técnico, se refiere que no cualquiera puede alcanzar esta categoría, en cuanto a que es un servicio prestado al público, comenta que existen servicios que presta el Estado o los particulares que no se ofrecen al público en general, son para una clientela exclusiva, como ejemplo refiere que el Estado presta servicios administrativos que no son públicos, por ejemplo, expedición de licencias, permisos, inspecciones.

Al analizar que es un servicio prestado por una organización pública, refiere como lo explica el propio autor: no se trata sólo de que el Estado preste servicios públicos; directamente sí, pero indirectamente también lo hace por medio de concesionarios, permisionarios, o sea, también los particulares.

El Maestro comenta, es un servicio que se presta en forma regular y continua. Regular porque el servicio debe reunir todos los elementos que aseguren su prestación eficaz, rápida y eficiente, oportuna, como son honorarios, tarifas, comodidades, higiene, personal técnico, servicial, honrado, en fin, depende del tipo de servicio. Continuo, porque el servicio público es vital, no puede suspenderse o interrumpirse sin causa plenamente justificada.

En cuanto que es un servicio que satisface necesidades públicas, expresa que, su esencia misma, su razón de ser es que el servicio público sólo lo sea cuando satisfaga necesidades de la colectividad, de la sociedad en general. (18)

Pienso que este concepto define de forma clara lo que es un servicio público, como vemos cada jurista tiene su idea al respecto, de acuerdo a las circunstancias propias de su país e idiosincrasia, pero este es el que se ha adaptada a lo que en relación a este rubro se práctica en nuestro país.

3.- PRINCIPIOS GENERALES DEL SERVICIO PÚBLICO

Para el jurista Rafael Bielsa se observan como caracteres generales derivados de sus atributos del servicio público: la generalidad, la uniformidad, la continuidad y la regularidad.

Siendo el servicio público de índole general, todos los administrados tiene derecho a exigirlo en igualdad de condiciones respecto de la ley., como ejemplo cita a la ley 2873, de ferrocarriles en su artículo 35, la cual disponía que todos los habitantes de la República tuvieran derecho de servirse de los ferrocarriles en explotación.

En cuanto al principio de uniformidad de todo servicio público, explica, la tarifa debe ser una para cada clase y categoría de servicio; respecto de la continuidad y regularidad, afirma que las leyes, ordenanzas, etc., establecen en general atribuciones de funcionarios y empleados públicos, o de concesionarios, según se trate de servicios prestados directamente, o por concesión.

Para el Dr. Osornio Corres (19), los principios generales aplicables a todo servicio público son:

- a) Continuidad.- La administración pública debe funcionar de manera puntual y regular.
- b) Igualdad de los usuarios.- Que deriva de un principio general del derecho que prohíbe cualquier distinción o menosprecio de un individuo por razones de credo, nacionalidad, raza o ideología, esto opera en derechos y obligaciones.
- c) Adaptación del servicio a necesidades del público.- El prestador de un servicio está obligado a adoptar a las siempre cambiantes necesidades del público.

En relación a lo anterior opina, que es en virtud de que se imponen reglas de funcionamiento en la naturaleza y características propias de los servicios públicos y toda vez que se determinan por la conceptualización fundamental de que si una actividad ha sido considerada como servicio público, ello se debe al carácter imperativo para la vida de la comunidad.

En este orden de ideas, en cualquier clase de servicio público es necesaria la continuidad del servicio así como su adaptación a las necesidades de los particulares, de lo contrario podrían afectarse derechos de estos últimos, por lo que deben respetarse estos principios en todo servicio público, pues el interés social de recibirlo es primordialmente lo que ha de considerarse.

Retomando el concepto del jurista Maurice Hauriou, en este sentido tenemos que también aquí se toman en cuenta estos principios al señalar, "es un servicio técnico prestado al público por una organización pública, en forma regular y continua, para satisfacer necesidades públicas"; mismo que ya se analizó en el apartado anterior, pasemos a estudiar un aspecto más de los servicios públicos.

4.- CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Debo aclarar que existen varias clasificaciones al respecto, por tanto expondré las más comunes y significativas en el contexto de nuestro país.

Para el Licenciado Rafael Martínez Morales (20)

Conforme al nivel de competencia en el que son aplicados los servicios públicos, pueden ser:

- a) Federales. La distribución de energía eléctrica, el transporte público en rutas nacionales, la telefonía, etcétera
- b) Locales o estatales. Todos aquellos desempeñados por los gobiernos de las entidades federativas o bien concesionados por los mismos y cuya gestión no le haya sido reservada constitucionalmente a la federación; por ejemplo, el transporte urbano, la realización de los servicios culturales y recreativos, etcétera, y
- c) Municipales. De acuerdo con el artículo 115 de la constitución política federal, los municipios tendrán a su cargo los servicios públicos de agua potable y alcantarillado, alumbrado público, limpia, mercados y centrales de abasto, panteones, rastros, calles, parques y jardines, seguridad pública y tránsito, así como los que determinen sus legislaturas locales.

Según el sistema de prestación, pueden ser de administración directa o indirecta, la primera consiste en que el Estado se hace cargo por medio de sus órganos administrativos, de organizar el desempeño de determinados servicios públicos, y de esa manera asegura su dirección y funcionamiento.

En cuanto al segundo sistema, el Estado cede o concede a los particulares la facultad de prestar determinados servicios públicos, sobre las bases establecidas por él.

Otro criterio más mencionado por el autor, es el que atiende a la naturaleza del acto mismo, es decir, si efectivamente estamos frente a una actividad que satisfaga una necesidad colectiva y, por lo tanto, ante un servicio público propio, o bien ante la actividad que sólo por disposición legal es denominada servicio público, en tal caso impropio.

En relación al último criterio de clasificación, quiero mencionar lo que comenta al respecto el jurista Bielsa, el servicio público propio es el que presta o debe prestar el Estado directamente o por concesionario, en cuanto a los servicios públicos impropios continúa, son aquellos que tiene de común con los propios el de satisfacer en forma más o menos continua necesidades colectivas, pero no es el Estado quien los presta ni los concede, sino que tan sólo los reglamenta.⁽²¹⁾

Por su parte el Catedrático Nava Negrete da la siguiente clasificación:

- a) Servicios administrativos.- Los primeros servicios que se regularon fueron los prestados por el Estado, por la administración, y no tenían ningún propósito de lucro. Hoy en día se mantiene dicha clasificación y como ejemplo cita: justicia, educación, salud pública y seguridad social.
- b) Servicios económicos.- Pueden ser de tipo industrial o comercial, por su condición misma de autorrecuperación tienen carácter lucrativo. Menciona una salvedad, cuando es la administración quien los presta—producción, distribución y suministro de energía eléctrica, de gas, de petróleo—. Aunque debiera ser con fines económicos al menos para seguir autofinanciando servicios públicos industriales imprescindibles, no se llega al lucro y a veces se opera con pérdidas. Indica que aun cuando sean los particulares quienes los presten, el gobierno, por medio de leyes, ordenamientos generales o contratos, ajusta la utilidad, para que el lucro no sea excesivo.
- c) Servicios federales.- Los que presta el gobierno federal a través de sus secretarías de Estado, por ejemplo, salud pública, educación, defensa nacional, irrigación agrícola, pero también por medio de alguna entidad paraestatal, como sucede con el suministro de energía eléctrica (CFE), el correo (Servicio Postal Mexicano), entre otros. También los prestan los particulares, vía concesión administrativa fundamentalmente. La vida y prestación de estos servicios se rige por leyes administrativas federales.

- d) Estatales.- Los servicios que prestan los gobiernos de cada estado dentro de su jurisdicción territorial exclusivamente, o bien los particulares. Lo hacen a través de su administración central o paraestatal, como en el caso del agua potable, el transporte, la educación y la justicia. Se someten al régimen de leyes administrativas locales, en su caso, a concesiones administrativas o convenios administrativos.
- e) Municipales.- Los servicios públicos que prestan el Ayuntamiento o los particulares, dentro de la jurisdicción territorial de cada municipio. Recordemos que de acuerdo al artículo 115, fracción III, de nuestra Carta Magna, los municipios tendrán a su cargo los servicios públicos de agua potable y alcantarillado, alumbrado público, limpia, mercado y centrales de abasta, panteones, rastros, calles, parques y jardines, seguridad pública y tránsito; debido a la reforma de 1982 a tal artículo, ya no tienen el poder las legislaturas locales de decidir cuáles son servicios públicos municipales, pueden agregar otros, pero no desconocer éstos. Se rigen por leyes u ordenamientos generales administrativos.
- f) Servicios internacionales.- Los que acuerda el gobierno federal con otros gobiernos, vía convenio o tratado internacional, como el de Telecomunicaciones celebrado en Niza, Francia, en 1989, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 3 de marzo de 1992.
- g) Son locales.- Los servicios públicos que prestan el gobierno del Distrito Federal o los particulares en su jurisdicción territorial. Se someten a leyes administrativas locales.

En este orden de ideas se ha mostrado un panorama general del Servicio Público, deteniéndonos específicamente es aspecto concernientes e nuestro país, ahora pasemos a conocer las formas jurídicas existentes de la prestación de los servicios públicos.

5.- FORMAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO EN MÉXICO

Mencionaré la clasificación que proporciona en su obra el Licenciado Moral Padilla:

- a) Administración directa. El estado, con sus propios recursos o elementos, se encarga de los servicios públicos, por ejemplo, el Metro en la ciudad de México.
- b) Arrendamiento. El Estado actúa como particular, realizando actos de derecho civil. Como por ejemplo, si el Infonavit le renta oficinas a un particular.

- c) Concesión. El estado Concede a un particular la explotación de bienes y servicios que son de su propiedad, bajo ciertas condiciones. Como la concesión del transporte urbano.
- d) Descentralización. Es la forma en que el Estado, que en ocasiones no puede satisfacer todas las necesidades colectivas, proporciona los servicios mediante órganos descentralizados que tienen autonomía jurídica, orgánica, económica y técnica para actuar por sí solos. Como ejemplo: PEMEX, Infonavit, IMSS, ISSSTE, CFE, entre otros.
- e) Empresas de economía mixta: conocidas como de participación estatal, son en las que intervienen el Estado y los particulares, su estructura y función son reguladas por el derecho privado, por ejemplo: Notimex, S.A. de C.V, Administración Portuaria Integral de Manzanillo, S.A. de C.V.
- f) Servicios subvencionados. Esta forma se da cuando el Estado no puede intervenir directamente porque el servicio está en manos de los particulares; es decir, que son servicios públicos impropios en los que el Estado tiene interés y busca un beneficio para la sociedad. Ejemplo: el particular propone que se aumente el precio de la leche, pero el Estado desea que se mantenga inalterado y, para ello, subsidia la diferencia del aumento de precio.
- g) Fideicomiso. Ésta es una institución jurídica que sólo se usaba en el sector privado, pero últimamente también la emplea el Estado. Intervienen tres sujetos: el fideicomitente, que es la persona que crea un fondo económico; el fiduciario, el cual administra, el fondo de acuerdo con las instrucciones del fideicomitente (por lo general, un banco o una institución de crédito que favorecerá al fideicomisario con partidas económicas); y el fideicomisario o beneficiado, es decir, la persona que recibe las partidas económicas del fiduciario.
- h) Servicios públicos industriales y comerciales. Es una nueva forma en la que el Estado interviene en ciertas esferas industriales y comerciales importante para la economía nacional por necesidad social y a fin de proteger a la población del aumento en los precios de los bienes de primera necesidad. En Conasupo, actúa como comerciante, y en PEMEX y CFE , como industrial.

El jurista Nava Negrete nos proporciona en su obra citada las siguientes formas jurídicas de prestación de los servicios públicos.

1.- Centralización administrativa. Es la forma más antigua, la administración centralizada, que entre nosotros se representa por las secretarías de Estado o ministerios en los países de gobiernos

parlamentarios. Como ejemplo menciona a las secretarías de educación, salud, defensa nacional.

2.- Descentralización por servicio. Su país de origen es Francia, creada para la atención y prestación de servicios públicos, se les denominó establecimientos públicos. En México, se les denomina organismos descentralizados, como Comisión Federal de Electricidad, Ferrocarriles Nacionales de México y Fondo de Cultura Económica.

3.- Desconcentración administrativa. En la forma como se entiende este concepto, según vimos, son órganos administrativos que prestan servicios públicos. es el caso del Consejo Nacional de Población, Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura y Consejo Nacional para la Cultura y la Artes.

4.- Empresa de participación estatal. Aunque en México, como en casi la totalidad de los países, estas empresas reducen cada vez más su número, en el momento de auge de las empresas públicas prestaron grandes servicios de transporte, teléfono, acero, fertilizantes, bancos, etcétera.

5.- Fideicomiso público. En tiempos anteriores el fideicomiso público se utilizó como instrumento entre otras cosas para prestar servicios públicos, como aún lo hace el superviviente Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

6.- Concesión administrativa. En México encontramos que se han otorgado en la actualidad muchas concesiones a extranjeros: para la construir carreteras como son la México-Acapulco, la México-Oaxaca, etc; o en varios rubros más encontramos esta figura administrativa otorgando concesiones también a nacionales.

7.- Permisos administrativos.- Refiere el Catedrático que recuperan, igual que las concesiones, su antiguo señorío y prestigio y se les prevé en una abundante nueva legislación administrativa como forma ideal de prestar servicios públicos por parte de inversionistas nacionales y extranjeros.

Por su parte el maestro Gabino Fraga refiere al permiso administrativo entre los actos jurídicos directamente orientados a ampliar la esfera de derechos y obligaciones de los particulares frente al Estado, y lo define como "un acto administrativo, por el cual se levanta o remueve un obstáculo o impedimento que la norma legal ha establecido para el ejercicio del derecho de un particular".

En la legislación administrativa mexicana, el universo de los permisos administrativos engloba el régimen jurídico de las actividades de los particulares para explotar y utilizar vías generales de comunicación, realizar actividades de índole industrial y comercial cuyo contenido supone la observancia de las medidas legales que en cada caso sean estipuladas.

Cabe aclarar que es mayor el campo de los permisos que el de las concesiones: *verbigracia*, permiso para operar establecimientos comerciales o industriales, para prestar servicios de educación, salud, panteones o cementerio, para explotaciones forestales, pesqueras, aguas nacionales y otras.

Expuesto todo lo anterior, puedo continuar a fin de concluir el presente trabajo, con el tema eje del mismo, el por que considero que la televisión en nuestro país es un verdadero servicio público.

C) LA TELEVISIÓN COMO UN SERVICIO PÚBLICO

1.- NATURALEZA DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN

1.1.- ESTATAL

Recordemos el inicio de la TV de estado, con la estatización del canal 13, cuando el 15 de marzo de 1972 oficialmente se anunció su adquisición por parte del Gobierno Federal a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial S.A. (Somex), que actuó como institución fiduciaria.

A esta entidad de le denominó primero Televisión Rural del Gobierno Federal, luego Televisión Cultural de México, y más tarde Televisión de la República Mexicana (TRM) (22)

Fue creada con la finalidad de que el Gobierno Federal difundiera señales de televisión en zonas rurales, marginadas, en las que el sector privado no mostraba interés de llegar.

1.2.- ESTADOS

Un sistema estatal de televisión es una organización especializada para producir programas locales y regionales y transmitir señales abiertas de televisión (recordemos televisión abierta). Son organismos públicos no lucrativos, creados o adquiridos por los gobiernos de los estados mexicanos con la finalidad de informar y difundir cultura y educación regional en todas sus manifestaciones.

El nombre genérico de Sistemas Estatales de Radio y Televisión lo utilizamos desde finales de los años setenta y pueden ser sólo de radio, sólo de televisión o ambos.

Estos sistemas tienen diversas modalidades de organización y de operación que son el resultado de su origen y crecimiento, así como de condiciones tecnológicas y recursos humanos y económicos propias de cada lugar.

Se considera como antecedentes de algunos sistemas estatales a los centros de producción regional que dependían de Televisión de la República Mexicana (TRM), los cuales funcionaron entre 1978 y 1984 en

los estados de Aguascalientes, Guanajuato, Guerrero, Oaxaca, San Luis Potosí, Tlaxcala y Veracruz, estos centros de producción regional fueron cedidos para su operación, a partir de 1985, a los gobiernos de los respectivos estados donde estaban instalados, y continuaron utilizando los transmisores de la TRM para sus emisiones, Televisión de la República Mexicana a partir de 1984 se convirtió en la red del Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión, al cual se transfirió la infraestructura de Televisión Rural de México), y posteriormente, ya constituido como Imevisión, cedió a los estados, en forma definitiva, parte de las instalaciones y equipamiento que quedaron en los sistemas estatales.

Los mencionados sistemas surgieron como respuesta a la necesidad social de informar sobre los aspectos fundamentales de la vida regional, todo con la finalidad de hacer más fuertes los vínculos de comunicación entre las poblaciones del interior del país.

Fue posible el desarrollo del modelo de comunicación pública en los estados de nuestro país, gracias al claro avance tecnológico, la simplificación de los equipos y el abaratamiento de los costos de operación e instalación.

A partir de 1985 se empezaron a realizar reuniones de trabajo entre los sistemas estatales y los canales 11 y 22 del Distrito Federal, Dirección de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), así como investigadores de medios de comunicación, lo cual ha dado buenos resultados para mejorar la organización, los métodos de trabajo, las condiciones tecnológicas, y los aspectos normativos que rigen la actividad de los medios de comunicación culturales no lucrativos. Fruto de esas reuniones, en 1994 se creó la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C.

Las tres áreas principales de trabajo que atiende son: educativa, cultural y social, al constituirse se incorporaron 18 miembros asociados, hoy día la Red Nacional agrupa 24 miembros que corresponden a 12 sistemas de radio y televisión, ocho sistemas de televisión y seis sistemas de radio.

En suma podemos decir que la Red representa la posibilidad de resolver problemas comunes de la radio y televisión regional de manera conjunta y permite una mayor presencia ante las autoridades que norma el uso de estos medios en México.

Para finalizar este punto resulta importante mencionar al artículo 13 de nuestra ya tan comentada Ley Federal de Radio y Televisión, que clasifica las estaciones de radio y televisión en : comerciales, oficiales,

culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. Además puntualiza que las estaciones comerciales requieren una concesión, las demás, un permiso. Como ya lo mencione en apartados anteriores, la mayoría de las estaciones funciona bajo el régimen de la concesión y sólo un pequeño porcentaje, que corresponde a las estaciones del Estado y las denominadas culturales, opera con permisos.

1.3.- PARTICULAR

Tal es el caso en nuestro país de la televisión comercial, donde los particulares son los que ofrecen el servicio a través de una concesión administrativa, otorgada por el Ejecutivo Federal, de conformidad con lo establecido en el numeral 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos al establecer que *"corresponde a la nación el dominio del espacio situado sobre su territorio. Tal dominio es inalienable e imprescriptible y su explotación, uso o aprovechamiento por parte de particulares o sociedades constituidas, requiere de concesiones o permisos otorgados por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes"*.

Como ya vimos, la TV comercial mexicana opera en un régimen de concesiones, de acuerdo a lo establecido por el artículo 13 de la ley de la materia. Recordemos que existen dos sistemas a operar dentro de la Televisión: abierto o restringido, los cuales ya analizamos en páginas anteriores.

2.- ¿POR QUÉ ES UN SERVICIO PÚBLICO LA TELEVISIÓN EN MÉXICO?

En este contexto enmarcando a la televisión de la forma anterior procedo a retomar el artículo 4 de la Ley en comento que establece: *"la Radio y Televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social"*. La importancia de este artículo estriba en que se clasifica tanto a la radio como a la televisión como actividades de interés público, y no como lo que para mí, debió de haber sido tipificado, como un servicio público.

Al respecto, el Diccionario Jurídico Mexicano define el "interés público" como *"el conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los miembros de la comunidad y protegidas mediante la intervención directa y permanente del Estado"*(23)

A su vez nos proporciona la definición de Servicio Público como la "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".(24)

Como vemos, el interés público, constituye al género y el servicio público constituye la especie dentro de este género. Como consecuencia de lo anterior, el concepto de actividad de interés público comprende no únicamente a la radiodifusión sino a otro tipo de servicios y bienes como son las carreteras, los ferrocarriles y en general todas las vías generales de comunicación.

Ahora bien, si tomamos en cuenta los criterios ya aceptados sobre el concepto de servicio público, tenemos que concluir que en el punto a estudio (la televisión), se trata de un servicio público, ya que su finalidad es la satisfacción de las necesidades colectivas que en forma regular y continua tiene la colectividad en materia de información, de esparcimiento y de cultura.

En este contexto, debemos resaltar que lo que forma parte del contexto de la radiodifusión es la explotación de la vía general de comunicación consistente en el aprovechamiento del espectro electromagnético por el cual se propaga la frecuencia radioeléctrica, que ha sido concesionada o permitida y dicha actividad está sujeta al control y vigilancia del Estado.

Es conveniente mencionar que la radiodifusión es la única explotación y uso establecido como vía general de comunicación en el país que no está reconocida por la Ley como un servicio público, sino como actividad de interés público. En derecho comparado tenemos que la mayoría de los países lo consideran como un servicio público pues cumple con esas características.

A continuación explicaré en forma detallada porque consideramos que el servicio que ofrece la televisión en nuestro país es público.

En primer lugar quiero resaltar lo siguiente, si relacionamos lo establecido en el artículo 27 constitucional, en cuanto a que corresponde "a la nación el dominio del espacio situado sobre su territorio", tenemos que al considerar el artículo 4 de la Ley Federal de Radio y Televisión, a la radiodifusión como actividad de interés público

deja bajo un régimen de explotación comercial, a está, respecto a bienes que son del dominio público.

Posteriormente debemos considerar que si bien es cierto que, mediante el servicio público, como ya lo vimos se satisfacen necesidades *uti singuli*, lo cual significa, en forma particular y concreta, también lo es que ésta es sólo una modalidad de su aprovechamiento, mediante prestaciones concretas y determinadas, como ejemplo tenemos a los anunciantes que contratan el tiempo de la programación, y otra de sus modalidades es *uti universi*, es decir de manera total, en relación con el público receptor. Cabe mencionar que cuando las emisoras de radio y televisión prestan su servicio, careciendo de objetivos comerciales, la actividad es prestada *uti universi*.

Siguiendo con nuestro análisis debemos mencionar que este servicio efectivamente se presta de forma regular y continua, ya que las estaciones de radio y televisión, operan sujetas a un horario autorizado por la S.C.T. y no pueden, salvo hecho fortuito o causa de fuerza mayor, suspender sus transmisiones. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes es la autoridad encargada de supervisar aspectos técnicos, a fin de que no surjan principalmente interferencias. Esto lo encontramos en los artículos 46 a 53 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

En cuanto a la uniformidad con que se debe prestar el servicio público de televisión, tenemos un primer caso donde el sistema de televisión es abierto, ya que sus señales están destinadas a ser libremente recibidas por el público dándoles igualdad a los usuarios, derivado de un principio general, en que se prohíbe la distinción o menosprecio de un individuo ya sea por raza, credo, nacionalidad o ideología, (aquí entran obviamente las estaciones oficiales, culturales, de experimentación o de cualquier otra índole) y por otro lado encontramos el sistema restringido que abarca aquellas tecnologías por lo que se debe pagar por sus servicios, siendo la televisión por cable, la televisión por microondas o MMDS (Multipoint Multichannel Distribution System) y la televisión por satélite directa al hogar o DTH (Direct to Home). Aquí se aplica el que la tarifa sea una para cada clase y categoría de servicio, dando lugar al principio de uniformidad.

Resultaría innegable el hecho de que por la naturaleza propia de la comunicación, está no sea una necesidad pública de carácter esencial para nuestra sociedad, ya que el hombre al interactuar con su medio lo tiene que hacer forzosamente a través de la comunicación, para lo cual necesita medios y como lo hemos expresado la televisión ha llegado para quedarse y ser uno de los medios masivos de comunicación de mayor trascendencia tanto cultural, política, económica, educativa y por

supuesto social, en este orden de ideas tenemos que resulta para la humanidad, dado el avance tecnológico fundamentalmente importante y necesario el estar en contacto con todo su entorno ya sea nacional o extranjero, estamos frente a la "aldea global", ya vaticinada, por ende los medios de comunicación y es específico la televisión no sólo en nuestro país sino como un fenómeno mundial, resulta indispensable contando con el servicio que nos ofrece.

Continuando con el análisis, no perdamos de vista, que si bien es cierto que todo servicio público debe satisfacer necesidades de tipo colectivo inaplazables, también lo es que resultaría imposible determinar con fijeza qué requerimientos de una comunidad deben ser atendidos más prontamente que otros, al estar en juego muchas variables como ejemplo: el grado de modernidad, el desarrollo económico, social, entre otras. Por lo tanto considero que dadas las circunstancias de nuestra sociedad actual, resulta de igual forma inaplazable el que se preste el servicio de televisión.

Recordemos que existen servicios públicos que con absoluta normalidad son gestionados por particulares que se faculta para ello a través de la técnica jurídica de la concesión e incluso de los permisos administrativos, recordemos el caso de las estaciones de carácter cultural o las oficiales, prestan de igual forma el servicio que una estación comercial, cumpliendo las mismas características y satisfaciendo una necesidad de índole colectivo, sin dejar de observar que los administrativistas mexicanos, al analizar al permiso administrativo han aplicado el método de la clasificación de los actos administrativos, por una parte, y por la otra, la síntesis de conceptos y su comparación con referencia a la autorización, la licencia y a la misma concesión.

En conveniente agregar que el servicio de la Televisión cumple con un aspecto de esencialidad, ya que por un lado, proporciona al público prestaciones útiles, por el otro es un medio que potencialmente reúne las mejores condiciones para satisfacer el derecho de todos a la información y garantiza un formación de la opinión pública; esto significa que es un vehículo esencial de información como de participación de los ciudadanos.

Por todo lo analizado y expuesto resulta claro que el servicio de la televisión en México se presta con todas las características de un servicio público, dicho sea de paso de suma importancia, ya sea que lo preste el propio Estado o los particulares, en las condiciones que ya se analizaron.

CITAS

- 1.- Diario Oficial de la Federación, 5 de enero de 1973.
- 2.- Ibid, 2 de marzo de 1992.
- 3.- Ibid, 26 de enero de 1984.
- 4.- Ibid, 18 de febrero de 1983.
- 5.- López Ayllón, Sergio. Derecho de la Información. 1ª Ed. Editorial Mc Graw Hill, México 1997, página 44.
- 6.-Moral Padilla, Luis. Notas de Derecho Constitucional y Administrativo. Editorial Mc Graw Hill, México, 1999, página 137.
- 7.- Nava Negrete, Alfonso. Derecho Administrativo Mexicano, 1ª Ed. Editorial Fondo de Cultura Económica, México 1995, página 321.
- 8.-Diario Oficial de la Federación. 27 de diciembre de 1993.
- 9.- "Decreto por el que se crea la Comisión Federal de Telecomunicaciones". Diario Oficial de la Federación, 9 de agosto de 1996.
- 10.- Diario Oficial de la Federación. 6 de abril de 1990.
- 11.- Fraga, Gabino. Derecho Administrativo. 22ª Ed. Editorial Porrúa, México, 1982, página 26.
- 12.-García de Enterría, Eduardo y Tomás Ramón Fernández. Curso de Derecho Administrativo. 15ª Ed. Editorial Civitas, Madrid, 1990, página 25.
- 13.- Osornio Corres, Francisco Javier. Administración Pública. Diccionario Jurídico Mexicano, 2ª Ed., Tomo I Editorial Porrúa/UNAM, paginas 107 y s.s., México 1987.
- 14.- Nava Negrete, Op. Cit., páginas 19 y s.s.
- 15.- Ibid, página 328.
- 16.- Bielsa, Rafael. Derecho Administrativo. 5ª Ed., Tomo I, Editorial Roque de Palma, Buenos Aires 1955, páginas 479 y s.s.
- 17.- Hauriou Maurice, Précis de Droit Administratif. 10ª Ed., Librairie du Recueil, París , 1921.
- 18.- Nava Negrete, Op. Cit. ,páginas 334 y s.s.
- 19.-Osornio Corres, Francisco Javier, La Administración Pública en el Mundo. Colección Grandes Tendencias Políticas Contemporáneas, número 48, México, UNAM, 1986, paginas 19.
- 20.- Martínez Morales, Rafael I. Derecho Administrativo. Colección Texto Jurídicos Universitarios, editorial Harla, México, 1998, página 248.
- 21.- Bielsa, Op. Cit. Página 477 y s.s.
- 22.- Bohmann, Karin. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. 2ª Ed. Editorial Alianza, México, 1994, páginas 113 y s.s.
- 23.- Diccionario Jurídico Mexicano, Porrúa e Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, Tomo V, páginas 167 y s.s. 1993.
- 24.- Ibid, Tomo V, pagina 2906 y s.s.

CONCLUSIONES

1.- En primer término, al referirnos a los medios de comunicación masiva, lo que debe de estar presente en el trasfondo de la polémica del nuevo orden informativo y de las nuevas políticas nacionales de comunicación es como punto central el crear un nuevo proyecto de sociedad, ya que en el presente trabajo se analizaron las características que hacen de los medios de difusión de masas los principales aparatos ideológicos del estado, por lo tanto resulta inminente que el Estado vigile con detenimiento cada avance en este rubro.

2.- De lo anterior se desprende la necesidad de que los medios creen espacios que inviten a la participación de la sociedad y difusión de mensajes que lleven al desarrollo de ésta, ya que si hay una verdadera interrelación entre la sociedad, los medios y el propio Estado, cumpliendo con su función social tendremos un mayor crecimiento.

3.- Es conveniente resaltar que lo importante no es la velocidad de los avances tecnológicos, sino la utilización adecuada de los instrumentos de difusión, culturizando los contenidos de los mensajes, de acuerdo a las características de la población.

4.- Si tenemos presente que la televisión en específico, está causando efectos negativos en la educación tanto de niños y jóvenes, o planteado de otra manera, no transmite la calidad de información necesaria; se propone que el aparato escolar tenga una postura crítica y propositiva ante los medios, a fin de influir en el establecimiento de las políticas públicas de comunicación social y se constituya en un emisor consciente y responsable, creando programas que respondan a las necesidades de los alumnos.

5.- Las concesiones son otorgadas a los particulares para ser explotadas por empresas privadas, a través de los medios de comunicación existentes, mientras que para ser utilizados por organismos públicos, solamente requieren de un permiso otorgado por el Estado, con el que se pretende un control más directo sobre los medios de comunicación. Al respecto, se

propone simplificar trámites para las empresas privadas que deseen aprovechar algún medio de comunicación.

6.- Asimismo resulta conveniente la creación de un Organismo autónomo e independiente al gobierno, que como instancia, analice las propuestas y otorgue su voto a favor de los proyectos que generen mayor beneficio a la colectividad y el gobierno será quien otorgue la concesión de acuerdo al dictamen emitido por el organismo propuesto.

7.- Se propone que ese mismo Organismo sea el que se encargue de revisar que las concesiones mantengan vigentes los requisitos por los cuales fueron otorgadas.

8.- Se propone reglamentar a la radiodifusión como un servicio público, y de esta forma quedaría establecido que efectivamente es el Estado quien tiene el derecho original a prestarlo, y una vez analizadas las propuestas de los aspirantes a concesionarios otorgárselas a quien cumpla con los requisitos reglamentarios y como resultado de esto, se simplificarían las atribuciones y facultades del gobierno en esta materia.

9.- Hecho lo anterior se modificarían las condiciones vigentes en materia de concesiones, para establecer, precisar y vigilar que los derechos del público espectador se respeten y sean prioritarios a los de los concesionarios, esto se puede lograr creando un régimen de inspección más eficaz que con el que actualmente se cuenta.

10.- Como ya se mencionó, las concesiones deberán someterse a revisiones periódicas, analizando el contenido de sus emisiones, derivado de ello se propone crear infracciones que incluyan revocación de concesiones en caso de no respetar el contenido de sus emisiones, con lo cual se trata de asegurar la calidad en el servicio que se presta.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- 1.- Ávila Jiménez, Emilio, Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata. La televisión en México, CNCA, 1995.
- 2.- Bielsa, Rafael, derecho Administrativo, 5ª Ed. Depalma, Buenos Aires 1985.
- 3.- Cremoux, Raúl. La legislación mexicana de radio y televisión, 1ª Ed. UAM, México 1982.
- 4.- De Fleur, Melvin L. y Sandra J. Ball-Rokeach. Teorías de la Comunicación de masas, Ediciones Paidós, México 1996.
- 5.- Esteinou Madrid, F. Javier. Los Medios de Comunicación y la construcción de la Hegemonía, 2ª Ed., Editorial Trillas, México 1992.
- 6.- Esteinou Madrid, F. Javier. Televisión y enseñanza media en México: el Sistema de Telesecundaria. CONALTE, México 1981.
- 7.- Fraga, Gabino. Derecho administrativo, 22ª Ed. Porrúa, México 1982
- 8.- García de Enterría, Eduardo y Tomás Ramón Fernández. Curso de derecho Administrativo, 5ª Ed. 2 tomo, Civitas, Madrid 1990.
- 9.- Granados Chapa, Miguel Ángel. Examen de la comunicación en México. El Caballito, México 1981.
- 10.- Guinsberg, Enrique, Control de los medios, control del hombre, 1ª Ed. Pangea Editores, México 1988.
- 11.- Hauriou, Maurice, Précis de droit administratif, Librairie du Recueil Sirey, París, 1921.
- 12.- Paoli, J. Antonio, Comunicación e información, perspectivas teóricas, 3ª Ed. Editorial Trillas, México 1996
- 13.- López Ayllón, Sergio. El derecho a la información, UNAM-Miguel Ángel Porrúa. México 1984.
- 14.- López Ayllón, Sergio. El derecho de la Información, Mc Graw Hill, México 1997.
- 15.- Mejía Barquera, Fernando. Industria de la Radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960), Fundación M. Buendía, México 1988.
- 16.- Villanueva, Ernesto. El sistema jurídico de los medios de comunicación, México, UAM-Azcapotzalco y Triana, 1995.

LEGISLACIÓN CONSULTADA

- 1.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Editorial Sista, México 1999.
- 2.- Ley Federal de Radio y Televisión. Diario Oficial de la Federación del 19 de enero de 1960.
- 3.- Ley Federal de Telecomunicaciones. Diario Oficial de la Federación, 7 de junio de 1995.
- 4.- Ley de Vías Generales de Comunicación. Diario Oficial de la Federación, 19 de febrero de 1940.
- 5.-Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica. Diario Oficial de la Federación, 4 de abril de 1973.
- 6.-Reglamento Interno de la Comisión Federal de Telecomunicaciones. Diario Oficial de la Federación, 9 de diciembre de 1996.
- 7.- Reglamento de Comunicación Vía Satélite. Diario Oficial de la Federación, 1º de agosto de 1997.

DOCUMENTOS

- 1-Mac Bride, Sean. Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación, UNESCO-FCE, México, 1980.
- 2.- Novo, Salvador y González Camarena, Guillermo. La Televisión. Investigación del Instituto Nacional de Bellas Artes, consideraciones generales. México. 1948.
- 3.- Fundación Cultural Televisiva AC. Programas Educativos. Internet.

DICCIONARIOS

- 1.- Diccionario Jurídico Mexicano Porrúa e Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 6ª Ed. 4 volúmenes, México 1993.
- 2.- Diccionario Enciclopédico Mexicano, Plaza & Janes, S.A., 1981.