

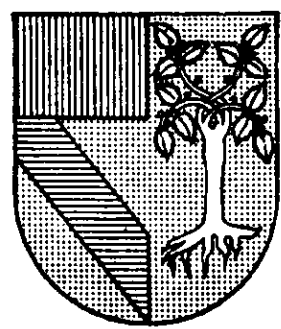
308909

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

2

FACULTAD DE DERECHO

Con estudios incorporados a la Universidad Nacional Autónoma de México



“LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y EL REGIMEN JURIDICO DE LA TELEVISION EN MEXICO”

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN DERECHO
P R E S E N T A
OLIMPIA ALONSO NOVO
DIRECTOR DE TESIS: LIC. MIGUEL ANGEL LUGO GALICIA

282870

MEXICO, D. F.

2000



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central




UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



***“No hay bastante con promover la técnica,
para que la tierra pueda ser habitada
de una forma más humana”***

**S.S. Paulo VI
“Populorum Progressio”**

LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

A) TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

- a) ¿Qué es la comunicación?
- b) El proceso de la comunicación: un modelo básico
- c) La comunicación social y sus medios
 - 1. Comunicación directa o interpersonal y comunicación social o masiva
 - 2. Los medios masivos de comunicación

B) SOCIEDAD DE MASAS Y COMUNICACIÓN SOCIAL

- a) La masa y los medios de comunicación social
- b) Masa, capitalismo y consumismo
- c) Masa y Derecho
- d) Materialismo histórico y manipulación de masas

C) EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

- a) Efectos de la comunicación colectiva sobre los individuos, la cultura y la sociedad.
 - 1. Modelos de los procesos que explican los efectos de la comunicación colectiva
 - 2. Visión general de los efectos de la comunicación colectiva
- b) El rechazo de la problemática de los efectos
- c) Televisión y conducta humana

B

D) FUNCIÓN SOCIAL DE LA TELEVISIÓN Y SU RELEVANCIA DENTRO DE LOS MEDIOS.

- a) Relevancia de la televisión como medio masivo de comunicación
- b) Función social de la televisión

CAPÍTULO II: ESTADO, DERECHO, ETICA Y COMUNICACIÓN SOCIAL

A) EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN Y LOS DERECHOS FUNDAMENTALES

- a) Actualidad del derecho de la información
- b) Concepto y objeto del derecho de la información

B) RÉGIMEN JURÍDICO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN MÉXICO

- a) Panorama del derecho de la información en México
- b) El marco constitucional de las libertades tradicionales y el nuevo derecho a la información
 - 1. La libertad de expresión
 - 1.1 Libertad de opinión
 - 1.2 Libertad de expresión
 - 1.3 Libertad de información
 - 1.4 Límites de la libertad de expresión
 - 2. La libertad de imprenta
 - 2.1 Sujetos de la libertad de imprenta
 - 2.2 Límites de la libertad de imprenta
 - 3. El derecho de petición
 - 4. El nuevo derecho a la información
- c) El régimen de la información del Estado
- d) Las telecomunicaciones

1. Reformas al artículo 28 constitucional y promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones
 - 1.1 Reforma de 1983
 - 1.2 Reforma de 1995
 2. Criterios generales de la Ley Federal de Telecomunicaciones y principales rubros objeto de su regulación
 3. La radio y la televisión en el contexto de la Ley Federal de Telecomunicaciones
- e) Los medios de comunicación masiva
1. Regulación jurídica de la prensa
 2. Regulación jurídica de la radio y televisión
 - 2.1 Televisión por cable
 3. Regulación jurídica del Cine
- f) El régimen de responsabilidad

C) MORAL Y DERECHO: REALIDADES DISTINTAS QUE NO SE EXCLUYEN

- a) Moral y Derecho
- b) La Ética y el Derecho con relación a la comunicación social y sus medios
- c) Moral y violencia televisiva
- d) Responsabilidad de los medios de comunicación respecto de la sociedad
- e) Una Televisión con ética: clave para obtener una programación de calidad
 1. Intentos de dotar de ética a la televisión mexicana
- f) Censura y control
- g) ¿Debe controlarse la emisión de violencia en la televisión y la calidad de sus contenidos en general?

D) ESTADO Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

- a) Política del Estado Mexicano en materia de radio y televisión

D

E) EXPERIENCIAS DE DERECHO COMPARADO Y DE TRIBUNALES INTERNACIONALES

- a) Resoluciones de Tribunales Internacionales
 - 1. Caso Handyside
 - 2. Caso Ivcher Bronstein
- b) Cuadro comparativo sobre usos y condiciones legales de la industria televisiva
 - 1. Organismos reguladores de los contenidos
 - 2. Medidas concretas sobre contenidos violentos de televisión
 - 3. Derecho a la información, libertad de expresión y censura
 - 4. Régimen de concesiones
 - 5. Propiedad de los medios
 - 6. Tiempos oficiales y tiempos fiscales
 - 7. Código ético
 - 8. Vigilancia y aplicación de los principios éticos
 - 9. Ombudsman de la comunicación audiovisual

CAPÍTULO III: VIOLENCIA TELEVISIVA Y TELEVISIÓN MEXICANA.

A) EL FENÓMENO DE LA VIOLENCIA

- a) Noción de violencia y sus orígenes
 - 1. Distinción y relación entre tres conceptos
 - 1.1 Agresividad
 - 1.2 Agresión
 - 1.3 Violencia
 - 2. Origen de la violencia
 - 2.1 Factores biológicos de la violencia
 - 2.2 Factores ambientales de la violencia
 - 2.3 Conclusión sobre los orígenes de la violencia

- b) Tipos de violencia
 - 1. Violencia real
 - 2. Violencia representada
 - 3. Violencia formal o simbólica
- c) La violencia en los medios masivos de comunicación
 - 1. Violencia real y violencia en los medios
 - 1.1 La percepción de la violencia
 - 1.2 La respuesta ante la violencia
 - 2. Sensacionalismo y violencia en los medios masivos de comunicación

B) LA VIOLENCIA TELEVISIVA

- a) Impacto social de la violencia televisiva
- b) Las formas de la violencia en la televisión
- c) Efectos de la violencia televisiva
 - 1. Teorías
 - 2. Investigaciones científicas
 - 2.1 Análisis de contenidos
 - 2.1.1 El *National Television Violence Study*, (NTVS)
 - 2.1.2 Resultados del estudio del NTVS
 - 2.2 Análisis de auditorios
- d) La violencia televisiva y los niños
- e) La televisión como factor criminógeno
 - 1. Causa y factor criminógeno
 - 2. Niveles de interpretación en la criminología

C) VIOLENCIA Y CENSURA EN ESTADOS UNIDOS

D) LA VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN MEXICANA.

- a) Contenidos violentos en la programación nacional

F

- b) Estudio cuantitativo y cualitativo-contextual de la violencia en dos programas transmitidos en canales de televisión abierta en red nacional
 - 1. Dragon Ball Z
 - 2. Noticiero Hechos

CAPÍTULO IV: EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

A) HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

- a) Hechos, legislación y competencias

B) NORMATIVIDAD QUE REGULA LAS TRANSMISIONES DE TELEVISIÓN

- a) Marco Constitucional
- b) Antecedentes legislativos sobre televisión
- c) Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento
 - 1. Principios fundamentales
 - 2. Jurisdicción y Competencias
 - 3. Concesiones, Permisos e Instalaciones
 - 4. Funcionamiento
 - 5. Coordinación y Vigilancia
 - 6. Infracciones y sanciones

C) INICIATIVAS DE LEY ACTUALMENTE EN ESTUDIO EN LA CÁMARA DE DIPUTADOS DEL CONGRESO DE LA UNIÓN.

CAPÍTULO V: UNA PROPUESTA DE MEJORA

A) RESCATE Y FORTALECIMIENTO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA DE LA TELEVISIÓN

- a) Consagración constitucional de la garantía de libertad de expresión a través de los medios electrónicos de comunicación social y declaración de la función pública que les es propia.
- b) Definición de la función social de la televisión y establecimiento de medidas que faciliten su realización.
- c) Reconocimiento del carácter de servicio público de la televisión
- d) Prestación del servicio público televisivo, por parte del Estado.
- e) Impulso de la televisión cultural y educativa
- f) Modificación del régimen actual de concesiones de la televisión
 1. Creación de la Comisión Nacional para la Comunicación Social
 2. Participación de la Comisión Federal de Competencia en el proceso de otorgamiento de las concesiones
 3. Ampliación de los requerimientos de las solicitudes
 4. Re-creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión para dotarlo de autonomía y asignarle nuevas funciones
 5. Reducción del término de las concesiones y condicionamiento del respectivo refrendo
 6. Consideración del incumplimiento de la función social de la televisión, como causa de revocación de la concesión
- g) Sancionamiento eficaz del incumplimiento de la función social de la televisión.
- h) Creación de la figura del Ombudsman de la Comunicación Social
- i) Asignación de nuevas funciones de las Secretarías de Estado relacionadas con la actividad radiodifusora.

B) ACRECENTAMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS FRENTE A LA SOCIEDAD

- a) Proyecto social
- b) Convenios de autorregulación.
- c) Código de ética informativa
- d) Ombudsman interno

H

- e) El derecho de réplica
- f) Instrumentos de feedback televisivo
- g) Obligaciones informativas
- h) Hipoteca social

C) PROMOCIÓN DE UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA, POR PARTE DE LOS TELESPECTADORES

- a) Agrupaciones de telespectadores
- b) Colaboración de instituciones universitarias y científicas
- c) Programas de educación para la recepción
- d) Espacios de participación ciudadana
- e) Instrumentos de feedback televisivo
- f) Instancias de negociación

D) MEJORA DE LOS SISTEMAS DE PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y LA DIGNIDAD DE LA PERSONA, FRENTE A LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y OTROS CONTENIDOS EQUIPARABLES.

- a) Regulación sobre los contenidos
- b) Autorregulación para el mejoramiento de los contenidos
- c) Iniciativas de sensibilización
- d) Soluciones técnicas

CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN

El intenso proceso de tecnificación¹ que la televisión mexicana ha vivido en los últimos años, la han convertido en una de las más avanzadas de Hispanoamérica. Por eso mismo, se ha hecho más visible el desfase entre la carrera tecnológica de la televisión y el desarrollo del país; entre el progreso técnico de esa industria y el retraso existente en el plano de los contenidos y la forma de entender el papel social de la televisión.

A lo largo de su desarrollo en el país, este medio de comunicación, se ha perfilado más como “poder” que como “servicio”, a causa de la concentración del “poder de informar” en tan pocas manos y del carácter prioritariamente mercantil de su operación. Por otra parte, el Estado Mexicano, en su historia más reciente, ha minimizado su participación, retirándose de la comunicación pública.

La “equilibrante” ley de la libre oferta y demanda, en este terreno, resulta falsa, ya que la relación entre productores y consumidores, se encuentra profundamente alterada por la deformación del consumo que actualmente realiza la actividad publicitaria. En muchos casos, ya no existe una demanda natural del televidente, sino una decisión o gusto, inducido por la enorme saturación publicitaria y

¹ *Multipoint Multicannel Distribution System (MMDS), High Definition Televisión (HDTV), Direct to Home (DTH), Direct to People (DTP), Home Theaters, etc. -.*

b

producción programática, que hace que la demanda dependa de la oferta y no la oferta de la demanda.

Por tal razón, se hace necesario sustituir la adopción indiscriminada de la política del “laissez faire informativo”, característico del “Estado Mínimo” del neoliberalismo, por un nuevo concepto estratégico de “Estado Básico para la Sobrevivencia Social”², que no se limite a ejercer una labor de vigilancia policiaca y atención de urgencias, sino que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivas. Para conseguirlo, es imprescindible una legislación que compatibilice derechos, señale responsabilidades y abra cauces de participación social.

Sin embargo, regular una materia de esta naturaleza, además de ser técnicamente difícil, no es tarea universalmente aceptada. La principal dificultad radica, precisamente, en el debate que se plantea entre los enfoques liberales, que proponen las condiciones de mercado como la mejor garantía de la libertad y pluralidad y aquellos que cuestionan esta hipótesis, en beneficio de distintos grados y calidades de intervención del Estado.

En México, aunque la legislación es aparentemente restrictiva con los medios y protectora del interés público, favorece al mismo tiempo, alianzas no

² Cfr. ESTEINOU MADRID, Javier; Espacios de Comunicación; Serie espacios N° 1; Universidad Iberoamericana; 1997, México; Pag. 25

explícitas entre los dueños de las empresas televisivas y el grupo gobernante. Ésta y otras deficiencias de la regulación actual de los sistemas de radiodifusión nacionales, explican las voces que piden una nueva reglamentación que modifique los sistemas de concesiones y permisos, rescate la función social de la televisión, introduzca el derecho de réplica en los medios electrónicos, establezca las responsabilidades de los informadores, promueva los códigos de ética para los medios y los periodistas, etc.

Al mismo tiempo, existe en el país una tendencia importante hacia la no reglamentación³, por parte de quienes desean mantener un mismo estado de cosas, que resulta beneficioso a sus intereses particulares; pero esta postura, que gran parte de la sociedad comparte por identificar regulación de los medios, con falta de libertad de expresión, se ve seriamente debilitada cuando surgen preocupaciones excepcionales en el público televidente, como está ocurriendo ahora, ante el frecuente fenómeno de la violencia televisiva.

El tema de la violencia en la televisión, suscita en general posiciones extremas, no exentas de fanatismo y muchas veces, fundamentadas en argumentos poco racionales. Posiciones extremas, porque la mayoría de los que se pronuncian sobre el tratamiento del fenómeno de la violencia televisiva, optan, ya sea por la censura implacable, o por la tolerancia sin límites. Los primeros en aras a la virtud y los segundos, dispuestos a justificar aún los extremos de

violencia que a la mayoría podrían parecer intolerables. En el fondo de estas posiciones, parece haber una falta de realismo con respecto a lo que es el hombre: los censores, infantilizan a toda la población y suponen que debe ser guiada por los espíritus más claros (los suyos). Los tolerantes, idealizan la humanidad, pensando que la libertad humana puede ejercerse siempre sin límites y que lo que no es ofensivo para uno, no lo será para nadie.

La realidad no es así, los hombres viven en distintos entornos culturales y cada uno, debe aprender a respetar que otros, no quieran ver públicamente, lo que él estaría dispuesto a aceptar, sin olvidar, por otra parte, que el hombre, en cuanto tal, posee una dignidad cuyo respeto debe ser garantizado socialmente y que esta garantía puede implicar, en algunos casos, el establecimiento de límites al ejercicio de la libertad de expresión.

El repliegue estatal del que antes se habló y el abandono que la sociedad civil ha hecho de la televisión, - a pesar de tratarse de un asunto de interés público -, explica por qué, los tiempos, espacios y contenidos de la programación televisiva quedan acotados por los anunciantes y la política de las máximas ganancias, para la cual, los contenidos violentos, representan un recurso altamente beneficioso.

³ En esa dirección se pronunció el presidente de la República en su discurso Inaugural del Congreso Internacional "En los Medios, a Favor de lo Mejor", el pasado mes de abril de 1999, al igual que el historiador Enrique Krauze y los empresarios de la industria televisiva.

La presente tesis, pretende dar la vuelta al discurso dominante en la actualidad sobre los medios de comunicación social, que los favorece con su bendición incondicional o los anatemiza duramente sin promover la participación responsable de todos los que intervienen en el proceso comunicativo: Sociedad, Estado y Medios.

A la luz del fenómeno de la violencia televisiva, se cuestionará a lo largo de este trabajo, el sentido y progreso real de la televisión mexicana, haciendo una crítica propositiva, que pretende aportar ideas para la mejora integral de la televisión y el recto tratamiento del problema de la violencia presentada en sus pantallas.

En el primer capítulo, se estudia la comunicación social y sus medios, profundizando concretamente en la televisión, su función social y los efectos que sus mensajes producen en el individuo, la cultura y la sociedad.

Posteriormente, en el capítulo segundo se describe el panorama general del derecho de la información, que enmarca a la televisión. Al mismo tiempo, se aborda el tema de las relaciones entre ética y derecho y el modo en que ambos deben regir la actividad televisiva. Sobre esta base, se considera el papel del Estado con relación a los medios de comunicación social y la necesidad de una política estatal más clara, sobre su funcionamiento en el país.

El fenómeno de la violencia televisiva, asunto que dio pie a la presente investigación, es abordado en el tercer capítulo, con el fin de clarificar en qué consiste, conocer los principales estudios científicos sobre su presencia en la programación televisiva y sus efectos, concluyendo con un análisis de los contenidos violentos de un programa infantil y de un noticiero, transmitidos en televisión abierta en red nacional.

En el capítulo cuarto, después de hacer un resumen sobre el desarrollo histórico - jurídico de la industria televisiva del país, se comenta la normatividad que regula actualmente las transmisiones de televisión, para terminar en el capítulo quinto, con una propuesta, que intenta aportar ideas para el mejoramiento integral de la televisión y el desarrollo de una cultura de paz.

CAPÍTULO PRIMERO

LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

El mundo de hoy está dominado por progresos técnicos, generadores de cambios sociales y económicos que con frecuencia, rebasan momentáneamente el alcance del derecho.

Prácticamente toda la ciencia moderna se ha desarrollado en el lapso del concluido siglo XX, en cuyos últimos veinte años, se alcanzaron metas asombrosas especialmente en el campo de la electrónica y de los medios de comunicación. Es ésta, una época "tatuada" por la comunicación: todos los órdenes de la vida dependen de ella. Las transformaciones que las nuevas tecnologías comunicativas imponen e impondrán en las formas de organización social, en la política y en la educación, resultan todavía poco familiares. La "sociedad de la telecomunicación" de este comienzo de siglo, se encuentra aún en plena revolución multimedia, en un proceso que tiene numerosas ramificaciones con un denominador común: un *tele-ver*, que según la opinión de algunos,¹ produce un nuevo *video-vivir* caracterizado por el empobrecimiento de la capacidad de entender, bajo el imperio de la cultura de la imagen.

¹ Cfr. SARTORI, Giovanni; *Homo videns*; Trad. Ana Díaz Soler; Madrid, España; Ed. TAURUS; 1998, Pag. 45-48

A lo largo de la historia de la humanidad, es posible verificar las profundas consecuencias que el desarrollo de los sistemas de comunicación ha tenido, tanto para la vida social colectiva, como para la individual. En este sentido, es ilustrativo considerar las implicaciones que han tenido en el tiempo, la aparición y desarrollo de la escritura, de la imprenta y de cada uno de los medios de comunicación de masas que, hoy por hoy, sitúan a la sociedad actual en lo que se ha dado por llamar la "sociedad de la información" en la que, a través de los medios masivos de comunicación, muy particularmente a través de la televisión, se ha puesto a disposición de las grandes masas, el conocimiento de todo tipo de noticias e informaciones, brindándoles una verdadera "cosmovisión". Aunque hoy en día, internet supera técnicamente al televisor, la televisión sigue siendo, con mucho, el medio masivo predominante ² y posiblemente, continuará siéndolo durante varias décadas, puesto que la T.V. no tiene techo.

La *instantaneidad* de la televisión, que permite a grandes sectores humanos participar al mismo tiempo de los más remotos acontecimientos, su *ubicuidad*, que la sitúa en los más apartados lugares, su *intimidad*, que la introduce en el ámbito familiar o personal, hacen sentir con mayor intensidad el destino solidario del hombre. Cada ser humano puede sentirse así, participe de la conciencia global de la especie. Cada uno de los hombres, no es tan sólo él mismo; es también el punto único, singularísimo, en el que se cruzan los fenómenos del mundo.

² A mediados de los 90, existían cerca de mil millones de televisores.

Por esa línea iba McLuhan cuando habló de la "aldea mundial" en que se había convertido el mundo gracias a la televisión. Pero también hay quienes hablan del empequeñecimiento o "aldeización" de la mente humana a causa de ese mismo medio, generador de un nuevo modo de entender - a través de imágenes -, que prescinde de la capacidad de abstracción y deteriora el desarrollo cognitivo natural, ya que "un conocimiento mediante imágenes, no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo."³ Esto obedece a que el lenguaje audiovisual, comunica conceptos a través de las emociones causadas por la combinación de imágenes y sonidos.

Ante ese panorama, han surgido diversas iniciativas de centros académicos y de investigación, que habiendo realizado serios estudios, ofrecen al educador contemporáneo infinidad de recursos para promover que los televidentes, desde niños, aprendan a leer los medios, es decir, a entender, discriminar y elegir, dentro de la miríada de mensajes que se emiten en cada momento.

Los medios de comunicación de masas, pueden ser utilizados para exaltar y promover lo positivo: la dignidad de la persona, la solidaridad, el orden social, la paz, el amor al trabajo, la tolerancia, el respeto mutuo, la cultura, las actitudes democráticas. Pero pueden también, ser empleados en sentido inverso, como

³ SARTORI; Op. Cit. Pag. 52

instrumentos de dominio y opresión, como estímulo a la violencia, como medios de desinformación y regresión cultural.

Frente a quienes admiten con una fe ciega las ventajas de las nuevas técnicas y frente a quienes abominan de ellas por considerarlas como un peligro para la cultura, se hace necesario presentar estudios que aporten una visión objetiva de sus ventajas y desventajas, y al mismo tiempo, alternativas para sacar de ellas el mejor partido posible.

Pensar que las redes de comunicación, por sí mismas conducen a la paz y al conocimiento, es abandonarse a la ideología tecnocrática que domina hoy los discursos sobre el "progreso", ya que si bien algunas de sus facetas son altamente deseables, la sociedad de la "multi-conexión" podría llegar a destruir la sociedad real, sustituyendo mediante el individualismo y las relaciones "a la carta", la solidaridad que implicaba la vida en un mismo territorio y el compartir recursos culturales comunes.

Es necesaria la intervención de los expertos en comunicación y de los hombres de derecho, para solucionar la problemática actual de la comunicación social en México. A nuevos hechos, nuevo derecho. Corresponde al jurista, considerar los problemas que se originan en este terreno, a la luz de los principios que deben regir la convivencia humana, para lograr que los adelantos técnicos conseguidos, se orienten al servicio del hombre y de la sociedad.

La comunicación social en México, en lo que a televisión se refiere, presenta hechos - concentración de las emisoras nacionales en manos de muy pocos, ausencia de responsabilidad por parte de las empresas de comunicación frente a la sociedad, inexistencia de cauces para la participación ciudadana, total discrecionalidad política en el otorgamiento, refrendo, revisión, vigilancia y sancionamiento de las concesiones y permisos, una política mercantilista dominante en el medio, negligencia del Estado y de quienes manejan los medios de comunicación social para conseguir contenidos de calidad en las programaciones, incremento de la presentación de violencia en la pantalla televisiva, pasividad de la sociedad civil ante estos hechos, incumplimiento habitual de las leyes existentes, etc. -, que hacen más patente la necesidad de actualización del sistema jurídico vigente y de los mecanismos que lo hagan realmente eficaz.

Todas las deficiencias mencionadas, guardan entre sí cierta conexión, por lo que abordar y combatir una de ellas - en este caso la violencia televisiva -, implica algún tratamiento de las otras.

Para tratar el tema de la violencia presentada en televisión y el régimen jurídico de este medio, es imprescindible comenzar atacando el tema de la comunicación, con el fin de clarificar conceptos y establecer algunas premisas que permitan el correcto desarrollo de este trabajo.

A) TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Cuatro hombres son tradicionalmente considerados como los “padres fundadores” de la investigación en comunicación en Estados Unidos: Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland, a quienes se debe la apertura de importantes líneas de investigación: el estudio de los efectos de los medios colectivos de comunicación, estudios de auditorio, campañas y votaciones; experimentación sobre el funcionamiento de los grupos humanos; investigación en cambios de actitud y estudios sobre propaganda.⁴

El estudio de la comunicación, su proceso y efectos, es en nuestros días una de las más importantes líneas de investigación sobre la conducta humana, lo cual es comprensible tomando cuenta que la comunicación es un proceso social fundamental, sin el cual, no existirían grupos humanos ni sociedades y sin el cual, el hombre no podría conseguir su pleno desarrollo.

A pesar de ello y a causa de la complejidad misma del fenómeno comunicativo, no existe una concepción unívoca de la comunicación: es posible verla como un proceso, como un contacto, como un hecho o suceso, como un mensaje que se transmite, como un grado de comprensión mutua entre personas, como una disciplina, etc.

⁴ Cfr. SCHRAMM, Wilbur; La Ciencia de la Comunicación Humana; Trad. Rogelio Carvajal, México; Ed. Grijalbo, S.A. de C.V., 1986, Pag. 4-9

a) ¿Qué es la comunicación?

Según lo dicho, se ha definido a la comunicación desde diversas perspectivas, que en muchos casos resultan complementarias. Así, ya Aristóteles concebía como objeto de la retórica, (comunicación), *los medios para lograr la persuasión*, elevando esta ciencia a la categoría de *arte de persuadir mediante argumentos*;⁵ de este modo, se señala la persuasión, como objetivo principal de la comunicación, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista.

Este enfoque clásico sobre el propósito comunicativo, continúa vigente, aunque el énfasis actual se ponga no tanto en los métodos lógicos de persuasión, como en la creación de buenas imágenes del comunicador. “Por obra de la comunicación, principalmente a causa de la televisión, se ha llegado a lo que se considera un aspecto de la posmodernidad, a saber, la cultura de la imagen, de la pura apariencia”⁶

En “La matemática de la comunicación”, Warren Weaver, afirma que la comunicación en un sentido amplio, abarca “todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir sobre otra.”

⁵ Cfr. ARISTÓTELES; Retórica; traducción de Antonio Tovar; Madrid; IEP; 1971; Pag. 4-9

⁶ BEUCHOT, Mauricio; Posmodernidad, hermenéutica y analogía; México; Miguel Angel Porrúa; Grupo Editorial /Universidad Intercontinental; 1996, Pag. 67

Hovland, habla de la comunicación como del “proceso por medio del cual un individuo -el comunicador-, transmite estímulos -generalmente símbolos verbales-, para modificar la conducta de otros individuos, recipientes de la comunicación.”⁷

Tanto Weaver como Hovland, coinciden con la idea Aristotélica, al plantear la transmisión a los receptores, principalmente desde el punto de vista del emisor, considerando su intención de convencerlos, sin incluir ningún contenido referente a la interacción entre ambos.

Otros autores, piensan que no es imprescindible la intencionalidad persuasiva del emisor, al definirla como el “Proceso por el que un conjunto de acciones -intencionales o no, actuales o pasadas-, de un miembro o miembros pertenecientes a un grupo social, son percibidas e interpretadas significativamente por otro u otros miembros de ese grupo.”⁸ Este concepto, al incluir una interpretación significativa del receptor, implica la idea de codificación y decodificación, acercándose más a la interacción de los actores del proceso.

Aranguren, entra de lleno en esta idea de interacción, al decir que la comunicación es “la transmisión de información con vistas a una respuesta”⁹

⁷ Citado por PEREDO, Roberto; Introducción al Estudio de la Comunicación; México; Ed. Comunicación; 1986, Pag. 31

⁸ RODA SALINAS, Fernando Jesús / BELTRÁN DE TENA, Rosario; Información y Comunicación. Los medios y su aplicación didáctica; México; Ediciones G. Gill, S.A. de C.V.; 1992 Pag. 41

⁹ ARANGUREN, José Luis; La comunicación humana, Madrid, España; Ed. Tecnos; 1986; Pag. 11

En la misma dirección van las palabras de Ferrer Rodríguez sobre la comunicación, al afirmar que “ es algo más que el medio que transporta el mensaje; es el proceso que lo vuelve respuesta,...”¹⁰

Denis McQuail en su obra “Modelos para el estudio de la comunicación colectiva”, recoge las tres definiciones siguientes:

- “La transmisión de información, ideas, actitudes, o emociones de una persona o un grupo a otro (u otros) primariamente a través de símbolos” (Theodorson y Theodorson, 1969)
- “En el sentido más general, existe comunicación dondequiera que un sistema, una fuente, influye sobre otro – el destinatario -, mediante la manipulación de símbolos alternativos que pueden ser transmitidos a través de un canal que los conecta” (Osgood y cols., 1957)
- “La comunicación puede definirse como la interacción social por medio de mensajes” (Gerbner, 1967)

Analizando las definiciones expuestas, se puede concluir que en términos generales, la comunicación implica un emisor, un receptor, un canal, un mensaje, una relación entre el emisor y el receptor, un efecto, un contexto en el que se produce la comunicación, una gama de contenidos o informaciones a los que se

¹⁰ FERRER RODRÍGUEZ, Eulalio; Información y Comunicación, México; F.C.E.; 1998; Pag. 35.

refieren los mensajes y, ordinariamente, la intención o propósito de influir o aprender.¹¹

Todos los elementos mencionados se conectan en un proceso, que permite el intercambio social y engloba el conjunto de transferencias de información. Los procesos de comunicación comprenden en su sentido más amplio, toda la actividad social. Por ello, "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, son algunas de las necesidades que se pueden alcanzar mediante la comunicación."¹²

Vista la comunicación como un proceso, se analizará a continuación el modo en que éste se realiza, los pasos y elementos que lo integran.

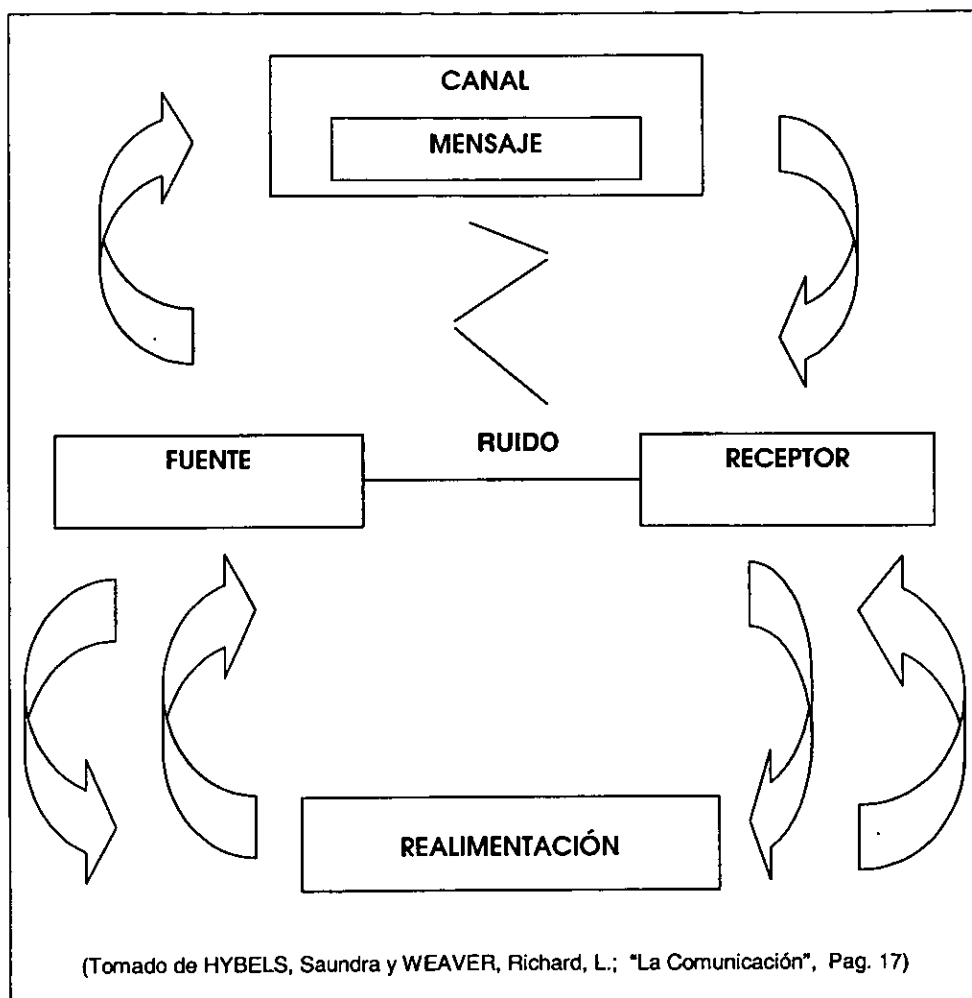
b) El proceso de la comunicación: un modelo básico.

El presupuesto básico del acto-proceso comunicativo, es la existencia inicial de un emisor y un receptor. A partir de éstos, surgen los demás elementos de la comunicación.

¹¹ En el caso de los medios masivos de comunicación, cabe la posibilidad de que los que producen y distribuyen el contenido de los mensajes, no pretendan que sus representaciones del comportamiento humano – actos de violencia, por ejemplo -, sirvan como modelo para otros y los que adoptan formas de conducta que han aparecido en los medios, quizá no hayan buscado deliberadamente la exposición a esas pautas de comportamiento con el propósito de copiarlas, pero el caso es que en ocasiones lo hacen.

¹² MAC BRIDE, Sean; Un solo mundo, voces múltiples: Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación; México; UNESCO-F.C.E.; 1980; Pag. 39.

Tanto si se está hablando con un amigo, como si la televisión está informando a millones de personas, el proceso de la comunicación es esencialmente el mismo:



LA FUENTE, representa a la persona o personas que originan el mensaje.

Si un conferenciante está dando una conferencia, él o ella es la fuente. En los

noticiarios de televisión, la organización del noticiario es la fuente. Por tanto, ésta puede ser una sola persona, una institución o una organización.

EL MENSAJE, es la información que la fuente está enviando y se da a conocer a través del lenguaje.

EL CANAL, es el medio de transporte de la información o mensaje. Los canales incluyen las palabras dichas, gestos, expresiones faciales, palabras escritas, etc. Los medios públicos de comunicación como los periódicos, la radio, el teléfono, la televisión, etc., son canales de comunicación.

EL RUIDO, es "la presencia de estímulos perturbadores no deseados".¹³ Puede ser físico o psicológico. El ruido psicológico, que se produce en la mente del emisor o del receptor y lo distraen del mensaje, es la causa más importante de la interrupción de comunicación. Los fallos que interrumpen el proceso e impiden "conectar" a emisor y receptor, degeneran muchas veces en acciones violentas.¹⁴

EL RECEPTOR, es la persona o personas a quienes se envía la información. En algunos casos, los receptores pueden unirse para recibir el mensaje, como ocurre con las conferencias; en otros casos, los receptores están separados unos de otros, como ocurre con los telespectadores.

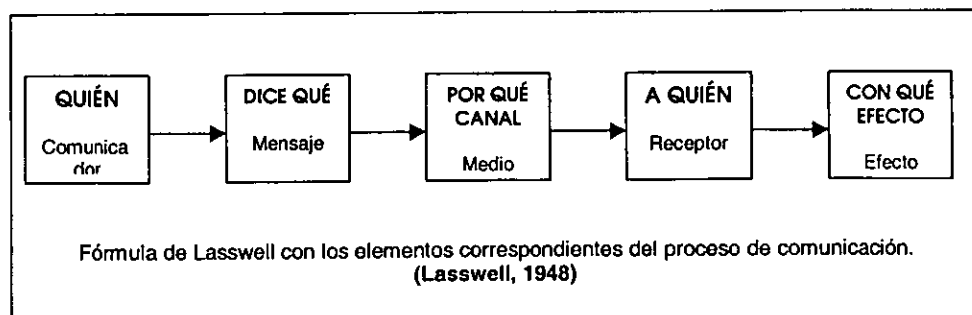
¹³ HYBELS, Sandra/ WEAVER, Richard L. II: La Comunicación; Trad. José Manuel Balaguer; 2ª edición; México; Logos Consorcio Editorial, S.A.; 1978; Pag. 18.

¹⁴ Paradójicamente, la T.V. - medio de comunicación - puede convertirse en un factor que dificulte la comunicación interpersonal, fungiendo como un "ruido" en el proceso comunicativo.

LA REALIMENTACIÓN es un proceso doble, ya que consiste en la respuesta que el receptor facilita a la fuente y la respuesta que la fuente devuelve al receptor.¹⁵

El esquema analizado, presenta de manera muy simple, la síntesis de la evolución del concepto de comunicación como proceso.

Harold D. Lasswell, especialista norteamericano en ciencia política, escribió en 1948 un artículo en el que plasmó la frase quizá más famosa de la investigación sobre la comunicación: "un modo adecuado para describir un acto de comunicación consiste en responder a las preguntas siguientes: ¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto?"¹⁶ Esta frase, conocida como la *Fórmula Lasswell*, da lugar al siguiente esquema del proceso comunicativo:



¹⁵ Que los receptores de la televisión puedan legítimamente, hacer llegar a la fuente, una respuesta inteligente que la mueva a corregir o eliminar mensajes nocivos, es un punto clave para lograr mejorar los contenidos de la programación televisiva, ya que se trata de un aspecto de la vida social por el que no puede velar por sí sólo el precepto jurídico. Es necesario que la sociedad tenga una mayor participación para exigir a los medios masivos de comunicación el cumplimiento de su función social. Para eso el Estado y los mismos Medios, deberán facilitar que tal retroalimentación se dé.

¹⁶ Citado por McQUAIL, Denis / Windahl, Sven; Modelos para el estudio de la comunicación colectiva; traductores: Esteban López Escobar y Albañ d' Entremón; 2ª edición; Pamplona, España; EUNSA; 1989; Pag. 45

Tal esquema, ha sido utilizado de muchas formas para organizar y estructurar los estudios de la teoría de la comunicación y para clasificar los distintos tipos de investigación en este campo:

¿Quién:	estudios de control
Dice qué:	análisis de contenido
En qué canal:	análisis de los medios
A quién:	análisis de la audiencia
Con qué efecto?:	análisis de los efectos

La realización de estos estudios aplicados a temas como la violencia televisiva, es de gran utilidad para definir la magnitud del problema y diseñar las posibles soluciones de índole técnico, jurídico, pedagógico, etc.

Desde 1948 hasta nuestros días, se puede observar cómo la fórmula de Lasswell, ha sido utilizada por diversos autores, que la perfeccionaron con distintos elementos, los cuales se mencionarán brevemente, haciendo énfasis en la idea del "feedback", introducida por DeFleur:

1. Braddock (1958): añade dos facetas más del acto de comunicación, las circunstancias en las que se envía el mensaje y el propósito con el que el comunicador informa algo.
2. Shannon y Weaver (1961) : destaca la importancia de los canales e introduce en el proceso un factor disfuncional, el ruido.

3. DeFleur (1966): rompe con el modelo lineal, introduciendo la idea de "feedback".

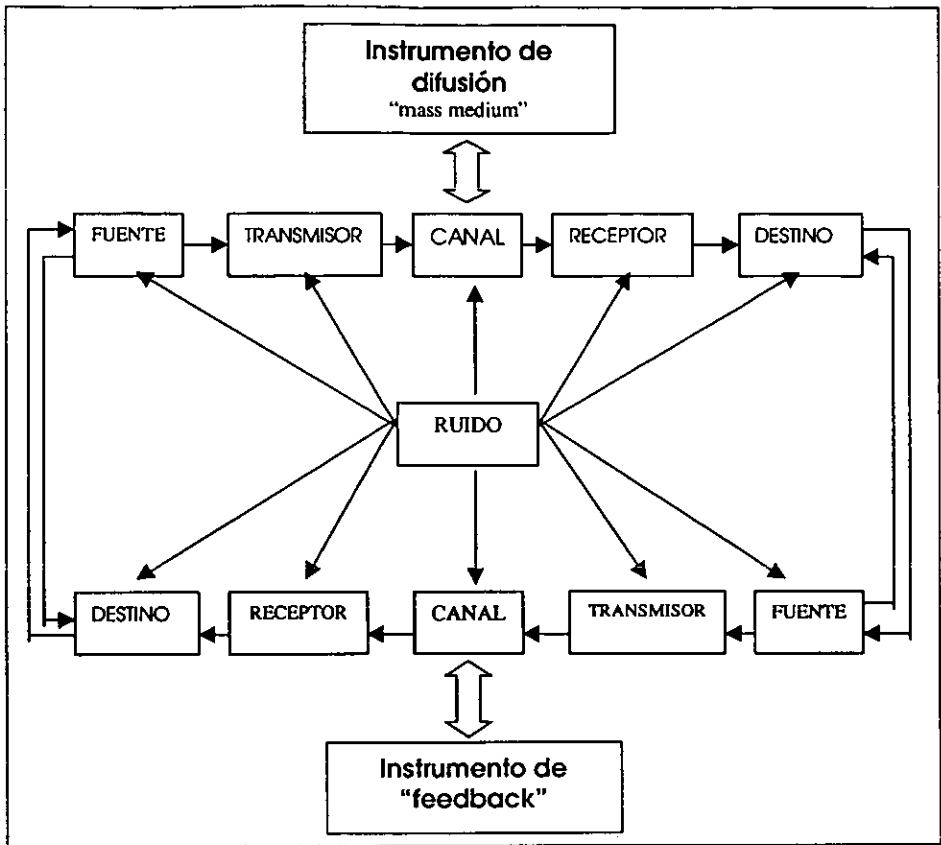
Se aplica así a la comunicación, el principio de retroacción de la cibernética, que considera que todo efecto retroactúa sobre su causa y por tanto, todo proceso debe concebirse según un esquema circular.¹⁷

La versión de DeFleur resuelve los problemas de linealidad y ausencia de "feedback" de las anteriores, pero hay que decir que en el caso de la comunicación masiva, las fuentes suelen recibir sólo un "feedback" indirecto o limitado de la audiencia, que contrasta con la abrumadora presencia de los mensajes de los medios de comunicación en la cultura. Sin embargo, en la actualidad comienzan a surgir en los medios, iniciativas para fomentar ese feedback y darle un papel principal en el proceso comunicativo.¹⁸

La adaptación que realiza DeFleur en 1970, del modelo de Shannon y Weaver, que incluye el "feedback", se puede observar del siguiente modo:

¹⁷ Cfr. RODA SALINAS, F.J; Op. Cit. Pag. 43 y 47

¹⁸ Tal es el caso del periódico sonorenses "El Imparcial" que ha desarrollado un nuevo esquema del proceso comunicativo donde se concibe el feedback, como punto de partida; maneja un código ético publicado y por tanto conocido por la sociedad; cuenta con una comisión de ética que vela por su cumplimiento; dispone de una sección para opiniones de los lectores y fue premiado en 1999 por la Sociedad Interamericana de Comunicaciones, por su programa "Prensa- Escuela", que funciona actualmente en más de 100 escuelas, con el fin de desarrollar las habilidades necesarias para la recepción crítica de los mensajes de los medios de comunicación.



4. Osgood y Schramm (1954) : también dan forma circular al proceso, destacando el papel de los actores que realizan las funciones de codificación, decodificación e interpretación.

Existen otros modelos de comunicación que no serán mencionados por considerarse que los hasta ahora expuestos, aportan las bases necesarias para el estudio sobre la comunicación social que se pretende con este trabajo.

c) La Comunicación Social y sus Medios

Podría pensarse que toda comunicación humana merece el adjetivo de social, y es verdad si lo consideramos de un modo genérico, apegado al significado de los términos latinos *communicare* y *communicatio*, que según ha puesto de manifiesto Serrano Villafañe, subrayan la acción a través de la cual se pone algo en común, sin embargo, dentro de la teoría de la comunicación se distingue entre comunicación interpersonal y social, reconociéndose como diferencia básica entre una y otra, que los sujetos que participan en el proceso son individuos singulares en el primer caso, mientras que en el segundo son grupos de sujetos.

1. Comunicación Directa o Interpersonal y Comunicación Social o Masiva

1.1 Comunicación directa o interpersonal

Se conoce como comunicación interpersonal, la que se establece entre dos individuos, en cualquier situación en la que puedan encontrarse, ya sea en un pequeño grupo, en una reunión pública, trabajando, en el hogar o hablando por teléfono. O bien, la que se desarrolla en un grupo de individuos en el que todos los participantes inician y responden mensajes.¹⁹

¹⁹ Cfr. STEINFATT, Thomas M.; Comunicación humana. Una introducción Interpersonal; México, Ed. Diana; 1983; Pag. 38.

Cada comunicación interpersonal es única, ya que influyen en ella todas las variables de la situación, los participantes y el mensaje. Cuando cambia cualquiera de estos aspectos, cambia la comunicación. El tiempo mismo, es un aspecto sobre el que el hombre no tiene el más mínimo control y es causa de que cada situación sea distinta; es decir, no se puede tener la misma comunicación interpersonal dos veces, ya que los participantes en la misma, no son exactamente los mismos cierto tiempo después.

Como el proceso de comunicación con otras personas está cambiando y genera nuevas formas de conducta, se caracteriza por la flexibilidad y espontaneidad y su eficacia dependerá de la disponibilidad de canales, de la retroalimentación y de la cantidad de ruido.

La relación entre el que habla y el que escucha, es una relación en dos direcciones: los participantes asumen el papel tanto de fuente como de receptor. Esto es, se da una retroalimentación directa y continua, que permite al emisor saber cómo se desarrolla el mensaje.

Es innecesario decir que hoy en día, la sociedad contemporánea no puede funcionar exclusivamente por medio de la comunicación directa de persona a persona. Todos somos testigos de los avances tecnológicos y del gran desarrollo de los "mass-media", que facilitan la necesaria comunicación social.

1.2 Comunicación social o masiva

Existen ciertos mensajes de los que se esperan obtener resultados dentro de la sociedad, para lo cual es necesario hacerlos llegar a varias personas a la vez. En esto consiste la comunicación masiva: en transmitir información a un auditorio diverso y numeroso, mediante el uso de los medios creados para ese fin.²⁰

A este tipo de comunicación, se le llama indistintamente comunicación masiva o de masas, comunicación colectiva, o comunicación social.

La comunicación de masas comprende las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan instrumentos técnicos - prensa, radio, películas, etc. -, para difundir un contenido simbólico a audiencias amplias, heterogéneas y muy diseminadas. (Janowitz, 1968)

Saundra Hybels y R. L. Weaver, la conciben como "un sistema de comunicación en el que un idéntico mensaje es originado por una organización institucionalizada y transmitido a un gran número de receptores por medio de los canales públicos"

²⁰ Cfr. EMERY, Edwing; Las comunicaciones en el mundo actual; Trad. Margarita Alvarez Franco; Colombia; Ediciones Norma; 1967; Pag. 18

La Comunicación social, como puede desprenderse de lo dicho, es un tipo especial de comunicación que a pesar de tener los mismos componentes que la comunicación interpersonal, se desarrolla con unas características o condiciones operacionales distintivas:

1. Por lo general, las comunicaciones masivas requieren organizaciones formales, el uso de fuertes recursos de capital y por tanto, de control financiero; demanda gran cantidad de personal y cuerpo directivo altamente especializado. Supone la aceptación y aplicación de controles normativos y consiguientemente de un mecanismo de rendición de cuentas, ante la autoridad exterior y ante el público.
2. La comunicación masiva, a través de los medios adecuados, se dirige a públicos amplios. No es posible determinar con exactitud las dimensiones del público que da origen a la comunicación masiva, pero se considera que ha de ser de un tamaño tal, que no permita al comunicador interactuar cara a cara con sus miembros.
3. El público receptor además de numeroso, es heterogéneo y disperso, a causa de su amplitud y de la cada vez mayor accesibilidad a los medios de comunicación masiva. La relación entre emisor y público, es impersonal: personas a las que sólo se les conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima.

4. En cuanto al proceso de la comunicación masiva, la fuente es el comunicante o emisor, el mensaje se convierte en símbolos – ya se trate de palabras, imágenes o señales -, el canal es alguno de los medios masivos y la persona que lo recibe es el receptor.
5. Las comunicaciones masivas son públicas, en cuanto que el contenido de sus mensajes está abierto a todos.
6. El hecho de ser pública, trae consigo importantes consecuencias, ya que por esa razón, se hace susceptible de censura por parte de la comunidad y de ser controlada por medio de la legislación y la opinión pública.²¹

La presentación de la violencia en televisión y en los medios en general, es por tanto susceptible de censura y control por parte del público receptor.

En el caso de México, a pesar de que el país se encuentra en pleno proceso de democratización, su sociedad, es aún en gran medida, una sociedad-masa que se desentiende fácilmente de la consecución del bien común, adoptando una postura pasiva frente a los mensajes de los medios de

²¹ En la relatoría de los Foros Regionales de Consulta Pública en materia de Comunicación Social, publicada el 25 de octubre de 1995, la opinión pública pidió erradicar las prácticas de censura por parte del Estado contra la labor periodística y la libertad de expresión y distinguió entre esta censura y aquella otra, que considera necesaria y se debe aplicar "sólo y no en otro sentido, como defensa de los valores sociales, nacionales y estéticos" garantizando que "no se aplique a caprichos de grupo". Se recogen también, dos propuestas concretas: "Que las universidades aporten proyectos educativos y culturales que ayuden a combatir la actual e imperante violencia en las programaciones de los medios" y ".. vigilar que las publicaciones sean respetuosas de la vida privada, la moral y la educación".

comunicación. Por eso, educar para una mayor participación ciudadana y la llamada “educación para la recepción” tendiente a mejorar las condiciones y las actitudes con las que se reciben los mensajes de los medios de comunicación, debería ser un interés prioritario en el Proyecto Nacional de Educación, pues además de ayudar al desarrollo integral de la persona – fin de la educación -, constituye también, un medio eficaz, para mejorar el *statu quo* de la comunicación social en México.

2. Los Medios masivos de Comunicación

Por simple deducción lógico gramatical, es posible definirlos como los medios a través de los cuales se lleva a cabo la comunicación de masas. Específicamente, se trata de “los canales artificiales, que el hombre ha creado para llevar mensajes a auditorios representativos”²²

También se designa con el término Medio Masivo de Comunicación, al proceso que cada uno de estos canales utiliza para producir, seleccionar, recibir y transmitir mensajes. Comúnmente se vincula la expresión “comunicación social”, con la idea de televisión, radio, prensa, revistas, cinematógrafo, etc. y el simple término “medios” puede emplearse para señalar a toda una empresa de comunicación social.

²² GONZÁLEZ ALONSO, Carlos; Principios Básicos de Comunicación; México; Ed. Trillas; 1990; Pag. 33

Janowitz, afirma que “Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos, para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”²³

Para algunos autores, lo más correcto, sería llamarles “medios de difusión”, ya que no sirven propiamente a la comunicación por no consentir la acción recíproca entre el transmisor y el receptor y reducir la retroalimentación al punto más bajo compatible con el sistema. Su vocación es la masificación del mensaje.

Aunque existen diversos medios de comunicación masiva, los más importantes en términos de su alcance e influencia, son cuatro: la prensa, el cine, la radio y la televisión.²⁴

En adelante, al utilizarse el término “medios”, se estará haciendo referencia a los instrumentos o medios utilizados en el proceso de comunicación social y ha de entenderse que en ciertos contextos, designa todo el sistema dentro del cual se producen, seleccionan, transmiten, reciben y responden los mensajes.

²³ Ibidem

²⁴ Puede verse la evolución de estos medios hasta la actual comunicación digital, en FERRER Eulalio; Información y Comunicación, 2ª Edición; México; Fondo de Cultura Económica; 1998; Pag. 79- 155.

B) SOCIEDAD DE MASAS Y COMUNICACIÓN SOCIAL

a) La masa y los medios de comunicación social

Una de las características fundamentales de los medios masivos de comunicación, es que los destinatarios de sus mensajes constituyen lo que en sociología se denomina una masa. Esta consideración conduce al análisis de tal concepto.

La sociedad de finales del siglo XIX, suponía ya, un cierto nivel de complejidad, que iba en aumento; la heterogeneidad y el individualismo crecían, así como las relaciones sociales segmentadas y contractuales que implicaban mayor aislamiento del ser humano con respecto de la comunidad, en tanto que decrecía el grado en que la sociedad podía controlar a sus miembros por medios informales. Estas tendencias propiciaron un nuevo tipo de organización social: la Sociedad de Masas. Este nuevo concepto no se refiere a la idea de masa extensa – grandes cantidades -, sino a la relación existente entre los individuos y el orden social que les rodea.

1. Características de la sociedad de masas:

- Se supone que los individuos están en una situación de aislamiento psicológico frente a los demás
- La impersonalidad prevalece en sus interacciones con los otros

- Los individuos están relativamente libres de las exigencias planteadas por obligaciones sociales e informales vinculantes.²⁵

Las modificaciones sociales del siglo XX, en las que los medios de comunicación juegan un papel decisivo, hacen, dentro del contexto “posmoderno” de la sociedad actual, que en algunos momentos se agudicen las características descritas, pues los medios masivos pueden intensificar el aislamiento de los individuos con respecto a su comunidad, al permitirles un intercambio social vicario que les hace más soportable la soledad real.

El Papa Pío XII,²⁶ en su discurso sobre la democracia, distinguió:

“Pueblo y multitud amorfa o, como suele decirse, masa, son dos conceptos diferentes. El pueblo vive y se mueve por su vida propia; la masa es de por sí inerte y sólo puede ser movida desde fuera. El pueblo vive de la plenitud de vida de los hombres que lo componen, cada uno de los cuales –en su propio puesto y según su manera propia- es una persona consciente de su propia responsabilidad y de sus propias acciones. La masa, por el contrario, es para el impulso del exterior fácil juguete en manos de cualquiera que explote sus instintos o sus pasiones, presta a seguir sucesivamente hoy esta bandera, mañana otra distinta.”

Posteriormente, advierte sobre el peligro de que el Estado pueda servirse,

²⁵ DE FLEUR, Melvin L / BALL-ROKEACH, Sandra J.; Teorías de la Comunicación de Masas; Trad. Juan Soler Chic, 5ª. Edición; México, Ed. Paidós, 1997, Pag. 210-211

²⁶ PÍO XII, Benignitas et humanitas, Radiomensaje de Navidad de 1944, I, 17.

“... de la fuerza elemental de la masa, manejada y aprovechada con habilidad; en las manos ambiciosas de uno solo o de muchos, reagrupados artificialmente por tendencias egoístas, el Estado mismo puede con el apoyo de la masa, reducida a simple máquina, imponer su capricho a la parte mejor del verdadero pueblo; el interés común queda gravemente lesionado por largo tiempo y la herida es con frecuencia muy difícil de curar”

La distinción hecha por Pío XII, señala como características de la masa, su uniformidad, su carencia de estructura propia jerarquizada, su manipulación desde fuera y su falta de responsabilidad. La relación entre el uso de los medios y la configuración de tales características, parece ser muy estrecha:

- 1) **UNIFORMIDAD:** la uniformidad de las condiciones de vida y de los comportamientos de millones de individuos, que constituye uno de los primeros efectos de la sociedad de masas, se produce en gran medida bajo el poder estructurador de los medios masivos de comunicación.

- 2) **CARENCIA DE ESTRUCTURA PROPIA JERARQUIZADA:** la masificación rechaza la posibilidad de élites. El académico, el asalariado de la industria, el agricultor, el ingeniero, se prestan igualmente a los efectos de la información audiovisual y la experimentan de una manera muy parecida. Diferenciados entre ellos en el ámbito de los instrumentos mentales y verbales, no lo están en el mundo de las percepciones y de las estructuras impuestas por su representación. Participan de un mismo “estado de

uniformidad y de no control de una parte de sus reacciones y de su manera de comportarse, en la cual está sumido el hombre contemporáneo"²⁷

3) **MANIPULACIÓN DE LA MASA DESDE FUERA:** es una consecuencia de su falta de vida y estructura propias, de su carencia de élites. La manipulación de la masa es un proceso en el que se va condicionando la forma de vida, mediante modelos creados y presentados principalmente por los medios, que reflejan a la sociedad de manera selectiva y desarrollan los estereotipos de personas, situaciones, y maneras de relacionarse, que determinan en gran medida, las creencias y opiniones acerca de ella. En cualquier sociedad moderna compleja existen grandes posibilidades de manipulación y control, puesto que la comprensión de problemas ideológicos o acontecimientos mundiales importantes, excede la capacidad de la mayoría.²⁸

4) **FALTA DE RESPONSABILIDAD:** se da como resultado necesario de que la masa es dirigida desde fuera y condicionada por los medios, haciéndola desentenderse del bien común, del destino de la nación y del propio destino personal.

²⁷ COHEN-SÉAT / FOUGEYROLLAS, citados por DE GOYTISOLO, Juan Vallet; Sociedad de masas y derecho; Madrid, España; Taurus Ediciones, S.A.;1969; Pag. 26.

²⁸ Cfr. GARCÍA SÍLBERMAN, Sarah y RAMOS LIRA, Luciana; Medios de Comunicación y Violencia; México; F.C.E.; 1998; Pag. 89

Es significativo el papel que juegan los medios y en particular la televisión, en el proceso de masificación del hombre, sobre todo si se considera la peculiaridad de que tal proceso "se realiza no en el tiempo de trabajo, sino en el tiempo libre (du loisir) y en el curso de las distracciones (loisirs)"²⁹

De cualquier modo, hay que considerar con esperanza, que el público receptor de los medios, constituye una colectividad cuyo nivel de masificación nunca es homogéneo y que en última instancia está formada por personas libres. Por tanto, no caben posiciones deterministas, aunque sí el reconocimiento de un importante influjo de los medios en la sociedad, puesto que cualquier proceso de aprendizaje o de cambio, se acelera por la acción de la comunicación social, que hace posible que ideologías, estilos de vida, actitudes, etc., lleguen masiva y simultáneamente a todos los rincones del planeta.

Bajo la influencia de los medios, tanto el orden social, como la psicología de los hombres están sufriendo cambios; como ejemplo concreto, podría señalarse el hecho de que la presentación de violencia en el cine y la televisión - aunada a otras condiciones individuales y sociales -, produce aparentemente, una falta de sensibilidad frente la violencia misma, e incluso, parece favorecer el incremento de ésta en la vida social, como se verá más detenidamente en el capítulo tercero.

²⁹ DE GOYTISOLO; Op. Cit., Pag. 28

b) Masa, capitalismo y consumismo

El consumo mundial ha aumentado a un ritmo sin precedentes a lo largo del siglo XX, y el gasto del consumo privado y público llegó a 24 billones de dólares en 1998, el doble del nivel de 1975 y seis veces el de 1950. En 1900 el gasto real en el consumo era de apenas 1,5 billones de dólares.³⁰

En virtud de la producción en serie, que provoca la formación de la masa consumidora, y de la presión ejercida sobre ésta mediante la propaganda masiva para estimularla a que consuma lo más posible, se ha llegado a lo que hoy se denomina *sociedad de consumo de masas*.

¿Será éste el mecanismo seguido para crear una sociedad consumidora de violencia? Tal parece que sí, la violencia se produce en serie y a gran escala. La gente busca películas y series que la contengan. Los niños identifican "acción" con "violencia", usando el primer término como sinónimo del segundo, probablemente porque bajo ese rubro se clasifican en los video clubes del país, las películas con contenidos violentos. Vemos continuamente en el cine y la televisión el desarrollo de nuevas técnicas para mostrar violencia: tecnologías para hacer explotar cuerpos, de modo que salga sangre por todas partes, juegos de video que recompensan a los niños por el número de enemigos que pueden

³⁰ Cfr. Informe sobre Desarrollo Humano 1998, (PNUD), MUNDI-PRENSA, S.A., Pag. 1

decapitar y entre más sangre, más puntos. Por otro lado, lo mismo ocurre en la música, en las letras de tantas canciones, en los sitios de internet, etc.

El capitalismo, con su concepción de la propiedad privada, masifica al hombre porque, *despersonaliza* al sujeto al impulsarlo a centrar toda su vida en la lucha por el bienestar y el dinero, haciéndolo “pensar en dinero” con lo cual, termina *descosificando* al objeto, que es traducido a cantidades abstractas susceptibles de las más vertiginosas especulaciones. Las consecuencias sociológicas de la pérdida de la inmediatez de la relación de propiedad son: la pérdida de su *humanitas* y de la consiguiente responsabilidad como propietario; *confusión de sus contornos*, con lo que se hace imprecisa, fluctuante y se convierte en agresiva, invasora y devoradora de la verdadera propiedad y de la empresa personal. ³¹

Eso ocurre con las empresas de la comunicación en las que priva el criterio económico; en las que la publicidad tiene más peso que los contenidos y por eso, termina determinándose el contenido en función de la actividad comercial, lo cual implica producir programas con *contenidos de gusto inferior*, por ser los que más “venden”, ya que si el objetivo más esencial del sistema de comunicación colectiva es el lucro económico, el contenido de sexo y violencia, o cualquier otro que suscite la atención y la mantenga, pasará a ser funcional y rentable.

³¹ Cfr. DE GOYTISOLO; Op. Cit. Pag. 52

Son éstas, las consecuencias de tener un sistema de medios de comunicación basado principalmente en la publicidad, - modelo adoptado en México desde los inicios de la radio y televisión , copiado del patrón norteamericano -, sin embargo, como el mismo De Fleur se cuestiona ³² ¿en qué otra cosa se podría basar la comunicación de masas? El exclusivo control y orientación gubernamental sería intolerable. La dependencia de la filantropía conduciría a un sistema muy limitado. El sistema de retención fiscal en la fuente, daría lugar a un sistema demasiado elitista.

El problema entonces, parece estar, no tanto en que los medios se apoyen en la publicidad, sino en el alejamiento de la ética por parte de los medios y de la actividad publicitaria, que ejercen su función comercial al margen de los principios éticos y por encima de su función social. Esto se debe sin duda a un error de percepción que hace ver los contenidos éticos o televisión de calidad, como enemigos principales de la rentabilidad económica de la televisión por lo cual, no se busca ésta, sujetándola a la necesidad de cumplir todas las otras responsabilidades de la empresa.³³ Con una visión así, la creatividad se limita y no surgen iniciativas que rompan con los paradigmas establecidos.

³² Cfr. DE FLEUR, M.L.; Op. Cit. Pag. 186

³³ El valor económico generado por una empresa, no se mide exclusivamente con parámetros de contabilidad convencionales, ya que una empresa puede ser más innovadora y eficiente y haber generado más valor que otra, aunque en términos contables ésta última reportara más utilidades, por haber procurado distribuir lo menos posible de ese valor a cualquiera que no sea un accionista, mientras la primera lo distribuyó en mayor calidad en los productos, mejores sueldos a los empleados, mayor estabilidad en los empleos, precios más bajos a los clientes, etc.

Casos como el proyecto cultural de XEQ canal 9 de Televisa, en 1983, ponen de manifiesto esta última afirmación, así como el grado en que la publicidad determina la estructura y funcionamiento de los canales televisivos, independientemente de su contenido, porque aunque es innegable el cambio que se dio en el canal, como respuesta a las críticas de la sociedad y frente al fenómeno de la crisis económica del país, esto no hizo renunciar a Televisa a su original política mercantilista, pues al conservar innecesariamente los "cortes" que interrumpen la programación, aunque no fueran de publicidad comercial, se mantuvo el patrón de transmisión fragmentada de los canales comerciales con lo cual, Televisa controla y mediatiza su propia alternativa cultural vacunando a su auditorio contra todo posible cambio de hábitos y aprendizajes previos, pues de atenerse a una *lógica cultural* tendría que suprimir "cortes" innecesarios, transmitiéndolos al final de los programas, de este modo, hasta la persona más enajenada advertiría la diferencia entre la forma constantemente fragmentada de recibir un mensaje y la nueva forma respetuosa de la continuidad natural de cada programa, lo cual modificaría necesariamente los ratings del consorcio, pues mucha gente preferiría ver una serie sin cortes en canal 9 que otra con multitud de ellos en el cinco.³⁴

De ser verdadera esta hipótesis, conservar esos cortes no comerciales, le redituó a la empresa una ganancia psicológica e indirectamente también

³⁴ Cfr. PÉREZ ESPINO, Efraín; Los motivos de Televisa; México; Cuadernos de Investigación no. 22; Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; 1991; Pag. 77-79

monetaria, porque se previno así de una descolonización gradual de televidentes. Desde esta perspectiva se pone de manifiesto una vez más, el papel que juegan los medios, en la formación de ciertos hábitos consumistas.

c) Masa y Derecho

Una sociedad masificada tendrá un derecho de masas, distinto al derecho tradicional creado por las costumbres de un pueblo, que surge de abajo hacia arriba.

Dado el carácter amorfo de la masa, por su falta de responsabilidad e iniciativa, el suyo ha de ser un derecho emanado exclusivamente del poder público, tendiente a la conducción y protección de la masa. El derecho de masas, suele ser por necesidad un derecho coercitivo.

Refiriéndose al proyecto de Ley Federal de Comunicación Social, en un diario de la ciudad de México se dijo lo siguiente: "*urge dejar atrás la Ley de Imprenta porque, ...además de su antigüedad, su carácter es totalmente punitivo... es una ley innecesaria que, más que constituir una reglamentación a la libertad de expresión debería ser introducida en el Código Penal*"³⁵

³⁵ AUDIFFRED, Myriam; "Piden regular Concesiones", Periódico Reforma, 31-VIII- 1998, sección C, Cultura.

Para *dejar atrás* ese sistema legislativo, es necesario que la sociedad civil avance en su identidad como pueblo, *dejando atrás* sus caracteres de masa y que las leyes propicien y den cabida a la participación ciudadana, a través de distintos órganos y mecanismos que hagan de los artículos seis y siete Constitucionales, auténtica vida democrática en el país.

d) Materialismo histórico y manipulación de masas

La conjunción de materialismo y dialéctica, dan origen a un método de análisis de los fenómenos sociales, propio del marxismo, que se conoce bajo el nombre de *materialismo histórico*. Desde la teoría marxista, la comunicación puede considerarse como un hecho social que tiene su origen y se desarrolla, en el ámbito de las ideas y las representaciones del mundo, pero que participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él. Por esa razón, los medios de comunicación se toman como instituciones caracterizadas por el sistema de producción en que se dan.

La producción de las empresas de comunicación – mensajes -, las vuelve objeto de un análisis particular, surgiendo múltiples interpretaciones que se convierten en parte integral de las ciencias sociales.

Los diversos autores representantes de esta teoría, sostienen tesis distintas entre sí, pero utilizando un método común: el materialismo histórico. Se expondrán

enseguida, siguiendo a Florence Toussaint,³⁶ las teorías de dos autores marxistas sobre los mensajes masivos: Hans Magnus Enzenberger y Edgar Morín.

1. Hans Magnus Enzenberger

Concibe los medios de comunicación como un producto del desarrollo industrial, que surge por la necesidad de crear nuevas formas de control de las conciencias y métodos más eficaces para la transmisión de información.

Para este autor, la manipulación de la conciencia social por unos pocos, es un producto de la división de trabajo y lo verdaderamente interesante no es si los medios son manipuladores, sino quién los manipula y para qué.

La división técnica entre transmisores y receptores de los medios masivos, refleja la división social del trabajo en productores y consumidores, generadora de un *uso represivo de los medios masivos*, con las siguientes características:

- Programación controlada centralmente
- Un transmisor, muchos receptores
- Inmovilización de seres aislados
- Conducta pasiva del consumidor

³⁶ Cfr. TOUSSAINT, Florence; Crítica de la información de masas, 3ª edición, 2ª reimpresión; México; Ed. Trillas; 1992; Pag. 76-85

- Despolitización
- Producción a cargo de especialistas
- Control de capitalistas o de la burocracia

El objetivo central de la *industria de la manipulación de la conciencia*, es la explotación inmaterial: imponer ciertas formas de pensar que eliminen la conciencia de ser explotado y las facultades y alternativas políticas de los individuos, para que la mayoría acepte la situación establecida.

Lamentablemente, declaraciones públicas de los propietarios accionistas mayoritarios de la televisión abierta concesionada en nuestro país - que reflejan el parecer de quien conoce su empresa, el medio y los fines a los que se dedica -, refuerzan tales argumentos.³⁷

Por último, puede observarse como Magnus, aprecia la industria cultural³⁸ como la industria clave del siglo XX y piensa que el producto de la industria

³⁷Emilio Azcárraga Milmo, del consorcio Televisa, después de afirmar que México es un país de una clase modesta muy *sufrida* que no va a salir de *sufrida*, dijo: "... Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil". En ningún momento habló de la responsabilidad de la televisión nacional de abordar la problemática social del país, aportando elementos que ayuden a su superación. Cfr. SALAZAR, H., Alejandro, "Televisa no está vinculada al poder ni a la política" en El Nacional, 11 de febrero de 1993, Secc. Espectáculos, Pag. 20. Por su parte, Ricardo Salinas Pliego, de TV Azteca, afirmó: "México es un país que siente, que no piensa" deseo que el próximo candidato ganador en la elección presidencial "sea el que convenza los sentimientos de la gente a través de la televisión" Proceso No. 873, 26 de julio 1993, Pag. 6

³⁸ Se considera en general que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden, según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural. En algunos tipos de industrias culturales –como la televisión, el cine y en parte la música pop -, el propio acto creador implica desde el primer momento un instrumental pesado, lo cual entraña desequilibrios en la formación de los costos de producción, así como en la utilización colectiva de los medios. Cfr. ANVERRE, Ari y otros; Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego; FCE/ UNESCO; 1982, México, Pag. 21

televisiva, en manos de unos cuantos individuos – los poseedores del capital -, se orienta hacia el mantenimiento del orden establecido, pero que puede revertirse en su contra, cuando las masas y la izquierda se organicen y aprecien el potencial de los medios de comunicación y produzcan el cambio social que conduzca al *uso liberador de los medios masivos*, que reúne las siguientes características:

- Programación descentralizada
- Cada receptor es un transmisor potencial
- Movilización de las masas
- Interacción de los involucrados, retroalimentación
- Un proceso de enseñanza política
- Producción colectiva
- Control social por medio de una organización autónoma

2. Edgar Morín

Muestra Morín en sus trabajos, de qué manera surgen históricamente los medios de comunicación masiva y el modo en que estos medios tratarán de cubrir el tiempo libre con el que se encuentra el hombre repentinamente al establecerse la jornada máxima de trabajo de ocho horas, un día de descanso semanal, vacaciones, etc.

El hombre contemporáneo es visto por Morín como objeto de un bombardeo de mensajes que en apariencia sólo lo distraen, divierten o entretienen. Sin

embargo según señala el autor, de aceptarse tal cosa se estaría afirmando – sin fundamento científico ni racional -, la autonomía de contenido de los mensajes.

El contenido de los mensajes responde, a los intereses específicos de quienes poseen los costosos equipos de emisión y no son sino mercancías producidas por industrias ultraligeras: el mensaje se transmite en una hoja de periódico o en una cinta cinematográfica, vuela en ondas radiofónicas y en el momento de su consumo se convierte en algo impalpable, puesto que es un consumo psíquico.

Así, “el cine crea mitos que generan expectativas de conducta e imponen modas y comportamientos: la estrella ha impuesto toda una concepción del amor, de la aventura, del modo de vivir la vida: los receptores toman como modelo a los héroes cinematográficos y se proyectan en ellos;”³⁹

Afirma el autor que la producción produce no solamente un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto, para decir posteriormente que la producción cultural crea el público universal al mismo tiempo que redescubre un tronco humano común al público de masas.

³⁹ MORÍN, Edgar; Las estrellas del Cine, citado por TOUSSAINT; Crítica de la Información de masas; Op. Cit.; Pag. 83

Para Morín, tanto en la televisión estatal como en la privada, se tiene un objetivo común: la búsqueda de las mayorías. Para lograrlo, en ambos bloques hay quienes sostienen que *“al público, lo que pida”* o la idea contraria de que *“los medios hacen al público”*; sin embargo desde ambas posturas simplistas, se niega la dialéctica que se da entre el sistema de producción cultural y las necesidades culturales de los consumidores.

Como colofón de la teoría de este autor, está la afirmación de que la cultura de masas es consecuencia de una dialéctica de producción – consumo, en el seno de una dialéctica global que es la sociedad en su totalidad.

C) EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

La cuestión de los efectos ha interesado a muchos grupos de la sociedad: a aquellos que quieren llegar a los demás a través de un mensaje y a aquellos que preocupados por el impacto negativo de los medios, quieren ocuparse en combatirlos.

La investigación formal de la comunicación de masas, se inició alrededor de los años treinta del siglo XX y su mayor desarrollo ha sido a partir de los años cincuenta. En esa segunda mitad de siglo, avanzó enormemente, en las dos

vertientes que corresponden a las dos corrientes más importantes de las ciencias sociales: el funcionalismo y el estructuralismo.⁴⁰

Aunque los estudios realizados desde una orientación estructuralista, tienden a criticar los resultados de la escuela funcionalista en investigaciones sobre aspectos específicos como la violencia, el sexo y la educación, no anulan por completo su validez, simplemente hacen notar su necesaria parcialidad por estar descontextualizados, y proponen que el enfoque debe ser globalizador, con esta aportación del estructuralismo, las investigaciones se han enriquecido y hoy, es posible encontrar estudios funcionalistas, que contemplan un sinnúmero de variables contextuales que condicionan la posible influencia de los medios.

El papel de los medios y su influencia en casi todas las esferas del quehacer y desarrollo humanos es indiscutible - afirman los estructuralistas-, y por esa razón, dicho papel no debe considerarse de modo aislado del contexto en que los medios

⁴⁰ **FUNCIONALISMO:** corriente generada a finales del siglo XIX, a partir de la cual se inició y propagó el estudio de los medios masivos de comunicación y sus efectos en el público. Ha sido la corriente más influyente en el campo y la que mayor número de estudios ha generado, en Estados Unidos. Parte de tres supuestos básicos:

1. Todo proceso de comunicación cumple una función
2. Cada medio de comunicación tiene funciones y disfunciones específicas
3. Los medios de comunicación social se convierten en instituciones destinadas a satisfacer ciertas necesidades.

ESTRUCTURALISMO: se originó a partir de los estudios lingüísticos de Saussure (1967), y se ha desarrollado básicamente en Europa. Utiliza modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto. No se orienta primordialmente a relaciones de causalidad, sino a relaciones lógicas que estructuran modelos de comunicación. Contempla tres etapas en el estudio de un acto comunicativo:

1. Análisis de la naturaleza de emisor y receptor, así como su reacción.
2. Análisis del mensaje
3. Inserción en un marco de referencia, que incluya las experiencias previas de emisor y receptor.

desarrollan su influencia y en el que operan. No niegan la influencia de los medios en la audiencia, pero sostienen que nadie se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco y que cada persona reacciona a partir de sus propios esquemas mentales y de su historia personal. Por otro lado, estudios de enfoque funcionalista muestran como los medios, estructuran hasta cierto punto algunos de esos esquemas mentales.⁴¹

Constantemente se afirma que la televisión manipula, que el público se enajena, se frustra, siente deseos de emular a los héroes de los programas o los actos de violencia que en ellos se presentan. Al margen de la corriente desde la que se observe el fenómeno de la comunicación social, la mayor parte de la teorización sobre la comunicación colectiva, se refiere a la cuestión de sus efectos ¿Cómo se producen? ¿Cuáles son negativos? ¿Cómo se contrarrestan?

Conocer las teorías e investigaciones sobre los efectos de los medios en el individuo y en la sociedad, es una base muy conveniente, para más adelante profundizar en los efectos de la violencia televisiva, a fin de determinar, si es necesario o no, ejercer algún tipo de control sobre su presentación.

Es difícil describir regularidades acerca de los efectos de la comunicación social, que sean válidas para todo tipo de personas, de todas las épocas. Sin embargo, la esencia de la ciencia es la búsqueda de verdades permanentes y

⁴¹ Cfr. GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag.116-129

principios invariables. Esto no es fácil de conseguir en el caso de los efectos de la comunicación de masas, dada la naturaleza evolutiva tanto de los medios como de la sociedad.

Con todo y la existencia de estas dificultades, desde el principio de la era de la comunicación masiva, los estudiosos han intentado comprender las influencias que los medios ejercen en el público. El resultado de esta búsqueda ha sido una serie de formulaciones que intentan “describir, explicar y predecir lo que puede pasar si determinadas categorías de personas se exponen a formas específicas de mensajes, por vía de medios concretos de comunicación de masas.”⁴² Por eso, un punto de partida para tratar este tema, puede ser la conclusión a la que llegó Barelson en 1948, a la que en distintos momentos de esta investigación, se hará referencia: *“Cierta tipo de asuntos, presentado a cierto tipo de personas, producen cierto tipo de efectos.”*

a) Efectos de la comunicación colectiva sobre los individuos, la cultura y la sociedad

La aparición y desarrollo de los distintos medios masivos de comunicación, trajo consigo cambios importantes que afectaron tanto al pensamiento humano en el nivel individual, como al desarrollo cultural en el nivel colectivo. La atención de los estudios contemporáneos, se orienta cada vez más a los aspectos

⁴² DE FLEUR, M.L., Op. Cit. Pag. 195

macrosociales. Tales estudios, subrayan que los medios producen modelos simbólicos, los cuales crean el entramado invisible de la sociedad en el nivel cultural, llegando a constituir un sustituto funcional de los vínculos del grupo.

Por tanto, los medios no sólo actúan sobre los individuos, sino que afectan también a la cultura, al conjunto de conocimientos, y a las normas y valores de la sociedad.⁴³

Lo anterior afirmación, para muchos, no requeriría demostración; sin embargo, la hay: constituye la conclusión del estudio científico de los efectos de la comunicación masiva, que abordados desde distintas perspectivas, permite ver que así como existe un común acuerdo en que los medios ejercen una influencia sobre sus receptores, se da también, una gran variedad de enfoques, que pretenden explicar las características de tales influencias y el tipo de efectos que producen.

De acuerdo con la *"teoría del aprendizaje social"* también llamada *"teoría del aprendizaje observacional o vicario"*, la mayor parte de la conducta humana es aprendida. La gente se desarrolla según las oportunidades y las experiencias proporcionadas por su ambiente. Los teóricos de esta corriente, creen que gran parte de las conductas se adquieren a través de la observación y han aportado

⁴³ Según el psiquiatra español, Aquilino Polaino, los medios, presentan modelos antropológicos implícitos (donde poder, éxito, agresividad, dinero, sexo, consumo, aparecen como generadores de la felicidad humana) que influyen en el autoconcepto y la autorrealización personal, pues son, al menos, un elemento más del propio marco de referencia al que se acude a la hora de decidir y elegir. (Conferencia dictada en el Congreso Internacional A Favor de lo Mejor, 21-IV-1999)

importantes trabajos de investigación relativos a los efectos de la observación de la violencia en los medios, por distintos tipos de público.

A lo largo de más de una generación de investigación activa sobre los efectos del uso de los medios masivos, se han logrado avances importantes en el conocimiento de los procesos que explican como es que se dan tales efectos. Se analizarán a continuación – siguiendo fundamentalmente la exposición de D. McQuail -, ⁴⁴ los principales modelos explicativos sobre la forma en que se producen los efectos de la comunicación social.

1. Modelos de los procesos que explican los efectos de la comunicación colectiva

1.1 Sobre los individuos.

Entre los modelos que explican los efectos de la comunicación colectiva en los individuos, destacan, el modelo *estímulo respuesta*, - con sus múltiples modificaciones -, y el modelo Psicológico de Comstock.

Este tipo de procesos, tienen en común – con alguna excepción -, las siguientes características:

⁴⁴ Cfr. McQUAIL; Op. Cit. Pag. 93-166

- Los efectos son principalmente aquellos que quieren los emisores
- Son efectos a corto plazo (inmediatos y transitorios)
- Se relacionan con cambios de actitud, informativos y de comportamiento por parte de los individuos
- Son relativamente no mediados

De modo general, tales efectos se relacionan con la idea de “campana”.

Se comentarán algunos aspectos relevantes de los dos modelos mencionados, para acceder posteriormente a los modelos que explican los efectos de la comunicación colectiva sobre la cultura y la sociedad.

1.1.1 Los modelos estímulo – respuesta y sus modificaciones

Según este modelo sencillo del aprendizaje, los efectos son respuestas específicas a estímulos específicos, de tal manera, que se puede esperar y predecir una correspondencia estrecha entre el mensaje de los medios y la reacción de la audiencia. Considera la transmisión de mensajes por los medios, como una inyección intravenosa en la audiencia, que tendría que reaccionar de un modo previsible.⁴⁵

⁴⁵ Se trata de un modelo equiparable al de la teoría de las “balas mágicas”, según la cual, los mensajes de los medios, producen una reacción uniforme en sus receptores. Cfr. De Fleur, M.L.; Op. Cit. Pag. 215

Esta versión inicial del proceso estímulo – respuesta, puede ser calificada de ingenua y exagerada, en la valoración que hace del poder de los medios, pero fue un punto de partida sobre el que se han ido realizando diversas modificaciones, de tal manera, que la visión más contemporánea de este modelo, pone un mayor acento en los factores personales, sociales y culturales que condicionan o limitan la acción y poder de los medios.

Un ejemplo de esas posteriores modificaciones, es el **modelo psicodinámico de De Fleur**, que toma en cuenta la teoría de las diferencias individuales, partiendo de la creencia de que la clave de la persuasión efectiva se encuentra en la modificación de la estructura psicológica interna del individuo. Por medio de esta modificación se obtendrán las respuestas de conducta deseadas.

Considera que los mensajes de los medios contienen estímulos particulares que tienen una interacción diferencial con las características de la personalidad de los miembros de la audiencia, por lo que la investigación que apoya este modelo incluye abundantes estudios sobre la existencia de tipos de personalidad más o menos susceptibles de persuasión y otros, sobre las disposiciones del receptor y las actitudes con respecto a la fuente. ⁴⁶

Es oportuno hacer aquí la observación de que muchas de las teorías que profundizan en el modelo del aprendizaje “estímulo – respuesta”, como las de la

⁴⁶ Estudios interesantes al respecto pueden encontrarse desde 1959 en Janis I.L. y HOVLAND, C.I: Personality and Persuasibility. Yale University Press, New Haven.

llamada *influencia selectiva*,⁴⁷ toman en cuenta elementos de diferenciación individual y social integrando así una larga lista de variables que intervienen entre los medios y las masas.

1.1.2 El modelo psicológico de Comstock acerca de los efectos de la televisión sobre la conducta individual

El modelo de Comstock y colaboradores (1978), ofrece un marco de referencia para sistematizar la investigación empírica sobre los efectos directos de la televisión en la conducta, considerando de modo particular, *los efectos no pretendidos* del contenido dirigido al entretenimiento.

El objetivo de este modelo es dar cuenta de, y contribuir a predecir la producción de un efecto sobre el comportamiento individual en un caso determinado, reuniendo algunos de los hallazgos y teorías más importantes sobre las condiciones generales en las cuales se han observado que se producen los efectos.

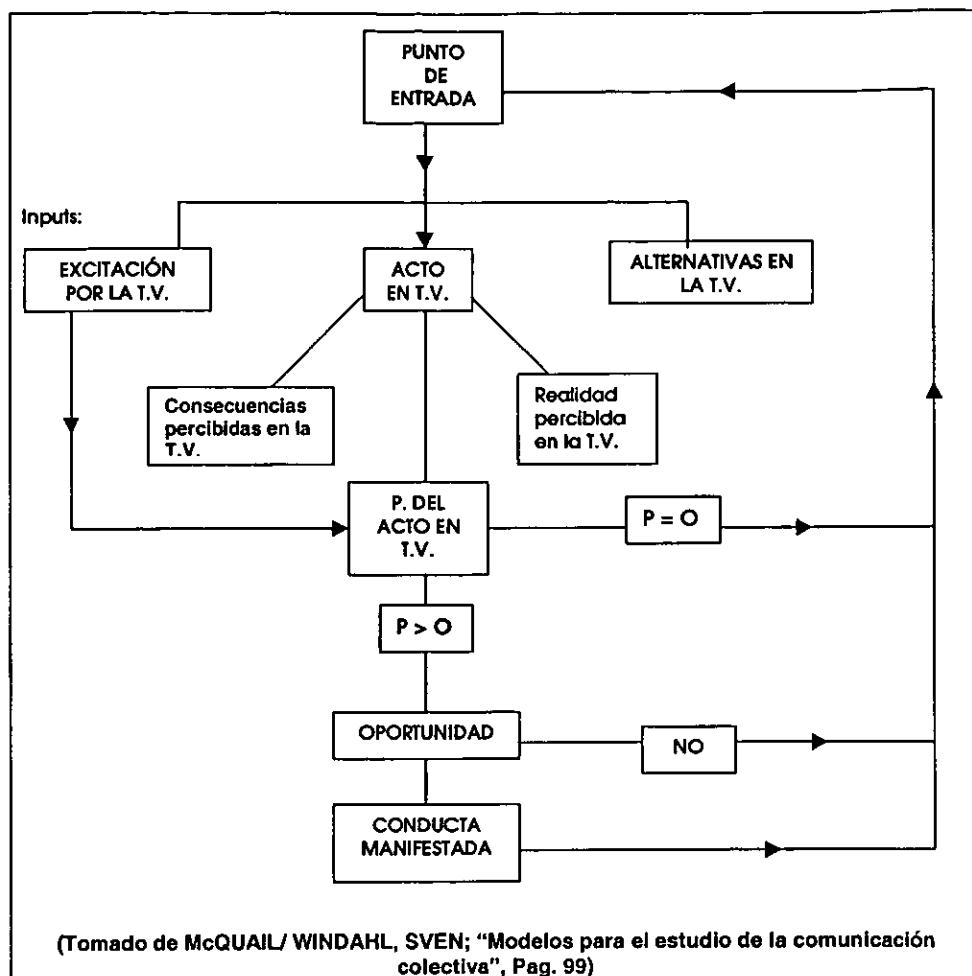
En este modelo, se pone el énfasis en los efectos que pudieran relacionarse con la conducta agresiva o delictiva, aunque es aplicable a otros comportamientos.

⁴⁷ Cfr. DE FLEUR, M.L.; Op. Cit. Pag. 221-294

Se denomina modelo psicológico porque se ocupa de los estados mentales de los individuos y de su comportamiento. Un presupuesto básico en él, es la consideración de la televisión como el equivalente funcional de cualquier otra experiencia personal que pudiera tener consecuencias, para la conducta o para el aprendizaje. Este modelo, se aplica al caso en el que la televisión no sólo enseña un comportamiento, sino que funciona como estímulo para provocar un comportamiento que se ha aprendido de otra fuente.

El modelo se presenta en la forma de un *itinerario* que sigue un individuo en el tiempo, desde que se expone a una representación televisiva, continuando con una experiencia de actuar o no actuar, para volver luego a una experiencia de televisión nueva o repetida. Con ello, el modelo representa un *eslabón*, en una secuencia en la que la experiencia posterior de la televisión, se encontrará condicionada o modificada por lo que se ha visto anteriormente y por sus consecuencias. En principio, muestra la situación de un individuo que ve la televisión por vez primera, aunque normalmente, el modelo se refiere a un *momento* entre otros muchos de los que componen la experiencia de la televisión.

Una versión simplificada del modelo psicológico de Comstock sobre los efectos de la televisión en el comportamiento individual, puede representarse de la siguiente manera:



Definición de los términos utilizados:

- ACTO EN TELEVISIÓN: cualquier forma de conducta humana mostrada por la T.V.
- ENTRADAS (INPUTS): mensajes de la T.V. y sus propiedades.

- **EXCITACIÓN DE LA TELEVISIÓN:** medida en la que una persona es motivada a realizar cualquier acción en la situación real.
- **CONSECUENCIAS PERCIBIDAS EN LA TELEVISIÓN:** conjunto de valores aprendidos de la T.V. , que acompañan a una acción determinada.
- **REALIDAD PERCIBIDA EN LA TELEVISIÓN:** medida en la que una persona percibe como fiel a la realidad, lo que la T.V. representa.
- **ALTERNATIVAS EN LA TELEVISIÓN:** otros comportamientos sociales (relevantes) mostrados por la T.V.
- **P. DEL ACTO DE T.V. :** probabilidad de que se realice la acción mostrada por la T.V.
- **OPORTUNIDAD:** posibilidades que existen en la vida real, de poner en práctica la acción televisada.
- **COMPORTAMIENTO MANIFESTADO:** ejecución manifiesta del comportamiento social mostrado en la televisión.

Ha de subrayarse que uno de los postulados fundamentales de este modelo, consiste en que cuanto menor sea el elenco de acciones disponibles en la representación televisiva de que se trate, mayor probabilidad existe de adoptar esa acción. Por otro lado, el modelo de Comstock permite advertir que para que efectivamente se realice un acto aprendido de las transmisiones televisivas, deben existir oportunidades para ello en la vida real.⁴⁸

⁴⁸ Por esa razón, resulta preocupante que en tantas series televisivas dirigidas a la población infantil, se presente la violencia como recurso exclusivo y eficaz para la resolución de problemas.

1.2 Sobre la sociedad y la cultura

En cuanto a los modelos que explican los efectos de la comunicación colectiva sobre la sociedad y la cultura, aparecen como sobresalientes: el *modelo de dependencia* de Ball-Rokeach y DeFleur y el del *establecimiento de la agenda* de McCombs y Shaw. Las características comunes a este tipo de modelos, son:

- La influencia se produce a largo plazo
- Es indirecta y no está planificada
- Su incidencia es más colectiva que individual

A continuación, se exponen ambos modelos, entendiendo que la teoría del efecto *agenda-setting*, o *establecimiento de la agenda*, formulada por primera vez por McCombs y Shaw en 1972, puede considerarse en cierto modo, una aplicación práctica de la teoría de los efectos cognoscitivos del modelo de dependencia de Ball-Rockeach y DeFleur.

1.2.1 Modelo de dependencia de Ball-Rokeach y DeFleur acerca de los efectos de la comunicación colectiva (1976)

Es un modelo que tiene como punto central las condiciones estructurales de una sociedad, que determinan la probabilidad de que se produzcan los efectos de los medios de difusión.

La idea más original expresada por este modelo es, que en las sociedades modernas, los miembros de la audiencia llegan a depender de los recursos informativos de los medios, para su conocimiento y orientación hacia lo que está sucediendo en su propia sociedad. El tipo de dependencia y su grado, dependerán, a su vez, de otras condiciones estructurales, siendo las más importantes, el grado en que una sociedad está sometida al cambio, conflicto o inestabilidad y el grado en que los medios realizan muchas funciones de información únicas y centrales.

En este modelo, se distinguen distintos tipos de efectos de los medios en la cultura y la sociedad: cognoscitivos, afectivos y conductuales.

Proporciona un amplio elenco de posibilidades de efectos y tiene un cierto cariz de *modelo de contingencia* en el sentido de que "todo efecto dado depende de un conjunto más o menos único de circunstancias que se dan en una situación determinada."⁴⁹

Uno de los aspectos más interesantes del modelo, es que evita la postura aparentemente insostenible del *todo o nada*, que consiste en decir que los medios o no tienen un impacto significativo sobre los individuos y la sociedad, (*teoría de los efectos mínimos*), o que por el contrario, tienen una capacidad ilimitada para manipularlos (*teoría de los efectos generalizados*).

⁴⁹ McQUAIL; Op. Cit. Pag. 133

Dentro del esquema de los efectos cognoscitivos del modelo de Ball-Rokeach y DeFleur, puede ubicarse el establecimiento de la agenda o agenda-setting.

1.2.2 Teoría del efecto agenda – setting de McCombs y Shaw (1972)

Se trata de una teoría que se ha mantenido en el campo de las comunicaciones y que incluso ha florecido en los últimos años en ámbitos universitarios de investigación, como la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, que periódicamente publica en su revista, los resultados de sus investigaciones sobre los distintos niveles de la Agenda-setting. Sus mismos creadores, McCombs y Shaw, presentaron en 1993 un estudio retrospectivo sobre su evolución.

Esta teoría toma como punto de partida, la afirmación de Cohen: “Puede ser que (la prensa) no tenga éxito la mayor parte de las veces en decirle a la gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente al decirle a los lectores sobre qué pensar.”⁵⁰

⁵⁰ Citado por LÓPEZ ESCOBAR, Esteban; en Revista de la Facultad de Ciencias de la Información, Pamplona, España; 1996; Volumen IX, Nums. 1 y 2; Pag. 9

Con la agenda-setting, se vino a consolidar un método empírico para mostrar el modo en que los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias la lista jerarquizada de los “temas” o “problemas” más importantes para la sociedad, comprobando que contrariamente a lo concluido por la *teoría de los efectos mínimos*, los medios sí influyen en las audiencias.

Muchos niegan – sin demostrarlo -, que la violencia en los medios suponga, bajo ciertas circunstancias, un estímulo para la realización de actos violentos y que des-sensibilice a la persona; pero muy pocos podrán negar lo mucho que se piensa en ella, lo familiar que va resultando y la inseguridad y temor que se va generalizando cada vez más en la población, a causa de la abundante violencia presentada en la pantalla televisiva, sea real – en los noticiarios -, o ficticia – en otro tipo de programas –, que en infinidad de casos, es presentada como conducta normal de gente normal.

2. Visión general de los efectos de la comunicación colectiva

Tomando como catalizador lo expuesto y sabiendo que un supuesto de la investigación cualitativa de las audiencias, es que la recepción de la comunicación debe verse como un proceso en el que el significado se negocia y construye activamente según contextos personales, sociales y culturales, se presentará

enseguida, el elenco de efectos que suelen mencionarse como los más comunes de la comunicación social,⁵¹ en especial cuando ésta se da a través de la T.V. :

- ◆ **Conversión y persuasión:** elementos de cambio en las opiniones y creencias del público que se presentan sobre todo en aspectos consumistas y políticos.⁵²
- ◆ **Evasión:** olvido momentáneo de los problemas cotidianos.
- ◆ **Frustración:** sentimiento de insatisfacción o fracaso ante la imposibilidad de realización de algún deseo o necesidad.
- ◆ **Manipulación:** conducción del público, sin que éste sea consciente, hacia la adopción de ciertas conductas y actitudes basadas en decisiones poco racionales.
- ◆ **Motivación:** estímulo de los deseos y capacidades del ser humano que lo impulsan al logro de objetivos prefijados.
- ◆ **Disfunción narcotizante (pasividad):** conversión del público en receptores pasivos del mensaje.
- ◆ **Excitación colectiva:** estado de tensión que puede darse entre el público a causa de la naturaleza del mensaje o la frecuencia de su transmisión.
- ◆ **Socialización:** incorporación de normas, valores y pautas de comportamientos sociales.
- ◆ **Conformismo:** sumisión a las pautas de un grupo social

⁵¹ Cfr. GONZÁLEZ ALONSO; Op. Cit. Pag. 28-31 y GARCÍA SÍLBERMAN; Op. Cit. Pag. 201-209

⁵² Aunque actualmente, se desarrollan también, campañas sociales a través de los medios, para cambiar la conducta pública en asuntos como la nutrición deficiente, el abuso de la droga, el alcoholismo, el embarazo adolescente, la difusión del SIDA, el analfabetismo, la prevención de enfermedades, la solidaridad. Cfr. PHILIP KOTLER EDUARDO/ L. ROBERTO; Marketing social, Trad. Ignacio Ma. Martínez Oñate; Madrid, España; Ediciones Díaz de Santos, S.A., 1991, Pag. 7-13

- ◆ **Identificación:** tendencia a la asimilación de los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.
- ◆ **Desensibilización:** disminución o desaparición de reacciones que eran inicialmente intensas o fuertes. A este efecto se le llama también "habituaación".
- ◆ **Efecto de la comunicación en dos etapas:** influencia de los mensajes transmitidos en los Medios que se da primero, hacia un sector del público y después este sector lo hace llegar por distintos medios al resto del auditorio.

Aunque no se haya mencionado explícitamente la violencia en ese listado, podemos reconocerla implícita en los efectos de identificación y socialización. Autores como Olivier Burgelin la conciben como el más interesante y el más estudiado de los efectos atribuidos a la comunicación de masas.

b) El rechazo de la problemática de los efectos

Tres afirmaciones de investigadores reconocidos, suelen ser utilizadas en apoyo a la *teoría de los efectos mínimos*:

1. Al margen de ciertas circunstancias excepcionales, la comunicación de masas no es normalmente una condición necesaria y suficiente de efecto sobre la audiencia. Sería mejor decir que se ejerce desde un entramado de influencias y de factores mediatos que por su mediación. (Klapper)

2. Esos factores mediatos son tales que hacen, en general, de la comunicación de masas uno de sus agentes, pero no la causa única de un proceso que refuerce las condiciones existentes. (Klapper)
3. La investigación está en mejores condiciones de preguntarse con éxito sobre lo que la audiencia hace de la comunicación de masas, que sobre lo que ésta hace de la audiencia. (Katz, Schramm)⁵³

Se trata de aseveraciones que lejos de rechazar la problemática de los efectos, animan a abordarlo con mayor rigor científico, sin dejarse llevar de apasionamientos que conducen a conclusiones generales carentes de fundamentos sólidos.

El mismo Klapper aclara en uno de sus discursos, que aunque la comunicación masiva no produce por sí misma una metamorfosis, "esto no quiere decir que la comunicación de masas sea impotente o inofensiva. Su efecto de refuerzo es potente e importante desde el punto de vista social, y refuerza con cuidado desinterés, tanto las predisposiciones convenientes como las inconvenientes, socialmente hablando."⁵⁴

A la luz de estos argumentos y lo visto anteriormente sobre los procesos de los efectos, es posible concluir con las mismas palabras de Barelson, con las que se

⁵³ Cfr. BURGELIN, Olivier; La comunicación de masas; Barcelona, España; Ediciones Planeta / A.T.E., 1974, Pag. 151

⁵⁴ KLAPPER, Los efectos sociales de la comunicación de masas, en SCHRAMM, Wilbur, compilador; Op. Cit. Pag. 91

inició el tratamiento del tema: "*Cierto tipo de asuntos, presentado a cierto tipo de personas, producen cierto tipo de efectos*".

Esta sencilla frase, que parece resultado del sentido común, más que de grandes investigaciones, ha sido motivo de la siguiente reflexión: existe un *cierto tipo de asunto* , que ocupa grandes espacios en los medios de comunicación social - la violencia -, que presentado a *cierto tipo de personas* – niños, jóvenes, personas con problemas de violencia intrafamiliar, con problemas psicológicos, con un bajo nivel cultural, etc. -, produce *cierto tipo de efectos* – distintas formas de violencia -, muy difíciles de medir y de controlar.

La violencia en la ciudad de México, es motivo de preocupación general. Su incremento, ha llevado a las autoridades, a tomar diversas medidas, hasta ahora ineficaces; ha hecho aparecer listones blancos de protesta en su contra; dio lugar a la marcha antiviolencia de diciembre del 98; produjo la iniciativa de ley sobre control de armas en el país, dada a conocer en los noticieros del 8 de diciembre de 1999; ha sido un tema recurrente en la campaña política de los candidatos presidenciales del 2000; pero no se ha enfrentado aún el problema de la constante exposición de la población a la violencia televisiva, pudiendo ser ésta, un factor, no de poca importancia, que esté coadyuvando a tal incremento.⁵⁵

⁵⁵ En agosto de 1999, la revista *Newsweek*, publicó que de acuerdo a sondeos realizados, el número de personas que culpa a los medios de comunicación por la violencia real de la sociedad, es superior a los que creen que la violencia se debe al fácil acceso a las armas de fuego. De hecho, una agencia del gobierno federal en Estados Unidos, comenzó una investigación sobre la venta de juegos y videos violentos a los niños y la Asociación de productores de películas *The Motion Picture Association of America* está presionando a sus miembros a introducir menos sangre en sus producciones.

c) Televisión y conducta humana

A través de la televisión, los individuos entran en contacto con personas y acontecimientos y se forman en gran medida, las opiniones y valores que sustentan sus actuaciones vitales. A menudo, a través de este instrumento, las personas experimentan la vida misma.

Aunque las investigaciones existentes sobre los efectos de la televisión en la conducta humana, reportan aún muchas interrogantes, también ofrecen un amplísimo cuerpo de literatura científica, que permite – al menos desde hace veinte años –, un claro consenso entre la mayoría de los investigadores más destacados, en el sentido de que sí existe una influencia real de la televisión sobre la conducta humana.⁵⁶ Contrariamente a esta realidad, se ha asentado el mito de que toda la investigación realizada, no ha producido ningún resultado claro y ningún acuerdo generalizado. Esto es lo que unos pocos investigadores y tal vez muchas empresas de medios de comunicación, quisieran hacer creer a la sociedad cuando ésta se cuestiona sobre los efectos nocivos de ciertos mensajes de los medios de comunicación.

Es más difícil demostrar la inocuidad de los medios, que su decisiva influencia, por lo que la opinión pública parece haberse definido ya. El verdadero

⁵⁶ Hecho que pudo constatarse en el *Encuentro Internacional sobre Violencia y Medios de Comunicación* celebrado en Valencia, España, en noviembre de 1997, organizado por el *Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia*, cuyas memorias se recogen en el libro *"Violencia, televisión y cine"* de José Sanmartín, James S. Grisolia y otros; Ed. Ariel, S.A.; España;1998.

desacuerdo empieza al llegar al terreno del *qué hacer* con los medios para evitar o contrarrestar sus efectos dañinos y para potenciar los benéficos.

En 1994, durante la XXVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el Papa Juan Pablo II, destacó ese *doble filo* de la televisión:

“Hoy la televisión es una fuente primaria de noticias, informaciones y entretenimiento para innumerables familias y forma parte de sus actitudes y opiniones, de sus valores y modelos de comportamiento. La televisión puede enriquecer la vida familiar, puede unir más estrechamente a los miembros de la familia y promover la solidaridad con las otras familias y con la comunidad en general (....) La televisión puede también perjudicar la vida familiar: al difundir valores y modelos de comportamiento falseados y degradantes, al emitir pornografía e imágenes de violencia brutal; al inculcar el relativismo moral y el escepticismo religioso; al dar a conocer relaciones deformadas, informes manipulados de acontecimientos y cuestiones actuales; al transmitir publicidad que explota y reclama los bajos instintos y exalta una visión falseada de la vida que obstaculiza la realización del mutuo respeto, de la justicia y de la paz.”

D) FUNCIÓN SOCIAL DE LA TELEVISIÓN Y SU RELEVANCIA DENTRO DE LOS MEDIOS

Los medios masivos de comunicación – elementos clave del sistema informativo -, cumplen una función dentro de la sociedad. Están llamados a realizar una *función pública* en el sentido de función social o de interés público. Cabe hacer con Robert K. Merton, la distinción entre las funciones de una actividad social, y los propósitos que están ocultos tras ella, sin que tengan que

coincidir necesariamente.⁵⁷ Esta distinción permite reconocer la utilización de los medios con propósitos ajenos o contrarios a la función que les es propia: lamentablemente, dada la primacía de los criterios mercantiles en la actividad televisiva, son muchos los espacios de la televisión, que contradicen de hecho, la función social que moral y jurídicamente corresponde a ese medio llamado a “atestiguar la verdad sobre la vida, sobre la dignidad humana, sobre el verdadero sentido de nuestra libertad y mutua interdependencia”⁵⁸

a) Relevancia de la televisión como medio masivo de comunicación.

El caso de la televisión no puede ser tratado por analogía, como si fuera una prolongación o mera ampliación de los instrumentos de comunicación que la precedieron. La invención del telégrafo y después del teléfono, hizo desaparecer la distancia y marcó el inicio de las comunicaciones mediatas. La radio, además de eliminar distancias, añadió un nuevo elemento: una voz fácil de difundir en todas las casas. Los libros, periódico, teléfono, telégrafo, radio, son medios portadores de comunicación lingüística, basada en la palabra oral o escrita. La ruptura de esa línea de evolución, se produjo a mediados del siglo XX, con la aparición de la televisión.

⁵⁷ Cfr WRIGHT, Charles R.; Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica; Trad. R. Ferrario y R. Malfé; México; Ed. PAIDOS; 1986; Pag. 17-18

⁵⁸ Juan Pablo II, Mensaje para la XXXII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 1999, n. 2

Televisión, como su nombre lo indica, significa “ver de lejos”. Lo primordial en ella es la imagen. La palabra, tiene en la televisión un carácter secundario, pues se da en función de la imagen. Después de la televisión, continuarán dándose avances tecnológicos en el campo de las comunicaciones, pero fue ella la que modificó primero la naturaleza misma de la comunicación, trasladándola del contexto de la *palabra* - impresa o radiotransmitida -, al de la *imagen* y propiciando de esa manera, un nuevo estilo de vida *icónico*, acentuado con el desarrollo actual de las computadoras.

El impacto de la televisión es mucho mayor que el de los otros medios, porque se trata de algo mucho más cercano a la experiencia propia de la vida cotidiana, y el efecto de las percepciones sensoriales es mayor por la condición mixta de este medio.

Por esa razón, Comstock, en su modelo acerca de los efectos de la televisión sobre la conducta individual, plantea que la televisión debería ser considerada como el equivalente funcional de cualquier otra experiencia personal.

Un indicador de la magnitud de este medio de comunicación y de la gravedad de su funcionamiento carezca de la debida orientación y calidad, es el número de aparatos de televisión existentes en el mundo: 700 millones a mediados de los años noventa, según datos de la UNESCO y el número de horas que se invierten

en ver T.V., que en el universo de la masa televisiva, oscilan entre tres y cuatro horas diarias.⁵⁹

Se ha llegado a afirmar: “la televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideia*,...”⁶⁰ tesis que puede apoyarse en el elevado número de horas que los niños actuales ven televisión. Otros indicadores de la relevancia de la televisión en la sociedad actual, provienen de los siguientes hechos:

1. Se ha convertido en el principal *instrumento de ocio* de los ciudadanos.⁶¹
2. Constituye la principal *fente de información* para la población, especialmente en países como México, donde los índices de lectura de prensa diaria, son muy bajos.
3. Desempeña una *labor cultural y educativa* que la ha llevado a asumir un papel fundamental en el ámbito de la socialización, en detrimento de otros agentes sociales como la familia, la escuela o el trabajo.

Por otra parte, apoyada en los avances tecnológicos, la televisión se internacionaliza y expande infraestructuras de operación transnacional. En ese contexto supranacional del desarrollo de la televisión, pueden distinguirse tres

⁵⁹ Cfr. FERRER RODRÍGUEZ; Op. Cit. Pag. 127

⁶⁰ SARTORI; Op. Cit. Pag. 36

⁶¹ Según datos de Mercamétrica e IBOPE, el tiempo promedio de exposición a la televisión por habitante en México, es de 2.83 horas al día. Otras fuentes indican que en 1998, el promedio diario era de 255 minutos (Cfr. EURODATA T.V./ Relevant Partners, citado en “El siglo se despide sin renovación de programas”; CORTÉS LAHERA, José Ángel; ACEPRENSA; Año XXX; Envío No. 19; 19 de mayo de 1999 72/99)

niveles: el primero, que se remonta a los años cincuenta, es el *internacional*, donde los programas de televisión y sus derechos se transfieren mediante la venta o el intercambio entre dos o más países.

El segundo nivel consiste en lo que se puede llamar la *televisión multinacional*, que implica una mayor cooperación entre los países: desde los años ochenta los programas se coproducen y la propiedad de medios se diversifica. Las empresas invierten en otros países y se consolidan los grandes grupos multimedia como Viacom, Sony, Bertelsmann, Kirch o Time Warner.

El tercer nivel es el de la *televisión global* de los noventa: ahora varias empresas pretenden que una misma cadena alcance una audiencia compuesta por gran parte de la población mundial. Aunque incluya algunos rasgos de la televisión multinacional, la ambición y el planteamiento de esta televisión global, la supera con creces. El concepto de televisión global también implica el fundamento de una cultura común en todo el planeta, una comunidad unida por los lazos de la información televisiva.⁶²

La relevancia social de estos fenómenos es enorme, baste para subrayarlo un ejemplo: si se compara lo que sucedió después de la matanza del dos de octubre de 1968, con los acontecimientos que siguieron a la matanza del 22 de diciembre de 1997 en Acteal, Chiapas, pueden verse diferencias importantes de la

⁶² Cfr. GARCÍA AVILÉS, José Alberto; ACEPRENSA, año XXVIII, envío 41, del 19 de noviembre de 1997.

sociedad que se ha construido en esos 30 años que median entre uno y otro acontecimiento. Hoy, los abusos del gobierno - dados a conocer en todo el mundo por la red de medios de información -, tienen repercusiones internacionales y éstas pueden generar consecuencias económicas, como la condena que hizo el Parlamento Europeo, con una nota reprobatoria que puso en peligro la firma del tratado de libre comercio con Europa. En el nivel nacional, también son grandes las diferencias: la matanza de Acteal generó un nuevo esquema de gobierno en la secretaría de gobernación con el cambio de equipo y la salida del gobernador interino de Chiapas y sus colaboradores; después del dos de octubre de 1968, nadie se movió de sus puestos, salvo el entonces embajador Octavio Paz, quien renunció a su cargo como protesta por la matanza. Por supuesto, fue un hecho que no afectó en lo más mínimo la sucesión presidencial de 1970.

b) Función social de la televisión.

Como se ha dicho en otro momento, la televisión está llamada a realizar una función pública o social; tal función, entraña la responsabilidad de contribuir a la formación de una conciencia nacional y a la difusión de todo aquello que es *de interés general para la sociedad*,⁶³ cumpliendo con el compromiso de veracidad, objetividad y transparencia a que están obligados todos los comunicadores.

⁶³ No se apega a esto, el hecho de que en los últimos años, la violencia privada haya pasado a formar parte relevante del contenido noticioso televisivo. Tradicionalmente el periodismo se había ocupado de la violencia pública, cuidando la forma de transmisión y el tiempo - espacio invertido, para lograr objetividad y ecuanimidad en el tratamiento periodístico de esa realidad. Actualmente, la violencia privada ha invadido el espacio informativo y son las víctimas de esa violencia las que reclaman la atención de la audiencia cuando explican a la cámara su historia dramática y personal.

En México, la función social de la televisión, está consagrada de forma general en el artículo cinco de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT):

“La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana...”

El mismo artículo, concreta algunos aspectos conducentes al cumplimiento de tal función social:

“Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana, y
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”

Los expertos en comunicación ⁶⁴ mencionan las siguientes funciones de la televisión, que han de realizarse en sintonía con lo señalado anteriormente:

1. Información
2. Transmisión de cultura
3. Colaboración en el desarrollo económico y social
4. Refuerzo a normas sociales
5. Entretenimiento y diversión

Tales funciones hacen que la televisión adquiera gran trascendencia en el ámbito político y educativo y que constituya un factor decisivo en la formación de la opinión pública y en la integración social de los miembros de una comunidad.

Sin embargo, la televisión mexicana no ha logrado desarrollar armónicamente esas funciones y sigue conduciendo el proyecto cultural del país, con los mismos lineamientos señalados tiempo atrás por TELEVISIA, al imponer su concepto de televisión, como espacio natural de entretenimiento con un estilo programático, que encuentra en la telenovela, uno de sus principales soportes. ⁶⁵

Por otro lado, la función informativa de la televisión, o más bien, la concentración del poder de informar, en un sólo núcleo, hace que en la actual

⁶⁴ Cfr. WRIGHT; Op. Cit. Pag. 20-24 y CREMOUX, Raul; ¿T.V. o prisión electrónica? Pag. 93-108.

⁶⁵ Excepciones de esta situación, son los canales 11, 22 y 40. En este último, habrá que observar las repercusiones que pueda tener la participación accionaria de TV Azteca, empresa que también se hará cargo de la comercialización del canal y de un tiempo estimable de su programación.

organización social y política, este medio de comunicación, adquiera un poder excepcional. La concentración no puede garantizar una información abierta en todas sus dimensiones; por tanto, frente al problema del alto costo de las instalaciones y la explotación de la televisión, se deben estudiar soluciones distintas a la concentración monopolística u oligopolística, como las que Schwoebel, Voyenne y Debblash plantean: *separar la titularidad de las explotaciones, de la facultad de utilizarlas*.⁶⁶ De esa manera, sería más viable que los medios de comunicación lleguen a constituir realmente un “areópago”, un foro para el intercambio de ideas e información, en el que personas y grupos, participen fomentando la solidaridad y la paz.

Hay mucho por hacer para lograr que la televisión mexicana cumpla en plenitud con la función social que le corresponde y las leyes le asignan. Para conseguirlo, es preciso que el Estado, las empresas de comunicación, los profesionales del ramo y los ciudadanos, asuman las responsabilidades que a cada uno competen, ya que los medios de comunicación, son simplemente eso: *medios* y como en el caso de los demás instrumentos que han acompañado el avance de la humanidad, es en la responsabilidad y el cuidado de su uso, donde hay que poner el acento. En este sentido, es oportuna la reciente observación del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales: “Los comunicadores profesionales no son los únicos que tienen deberes éticos. También las audiencias, los usuarios, tienen obligaciones. Los comunicadores que se

⁶⁶ Cfr. DESANTES GUANTER, José María; La Función de Informar; España, EUNSA; 1976 Pag. 152

esfuerzan por afrontar sus responsabilidades, merecen a su vez, audiencias conscientes de las propias.”⁶⁷

Esto plantea un reto por enfrentar: *conseguir que la responsabilidad del uso de los medios, esté a la altura de su protagonismo e influencia*. Una dificultad añadida a ese reto, consiste en la prioridad de que debe gozar la libertad de expresión en el ámbito de la comunicación social y en el hecho de que allí, donde esa libertad está ya garantizada, los medios pueden convertirse en un poder que no se someta a los controles y exigencias de responsabilidad que se dan en otros ámbitos de actividad social.

“Hay que estar siempre a favor de la libertad de expresión, porque « cuantas veces los hombres, según su natural inclinación, intercambian sus conocimientos o manifiestan sus opiniones, están usando de un derecho que les es propio, y a la vez ejerciendo una función social » (*Communio et progressio*, 45: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 5). Sin embargo, considerada desde una perspectiva ética, esta presunción no es una norma absoluta e irrevocable. Se dan casos obvios en los que no existe ningún derecho a comunicar, por ejemplo el de la difamación y la calumnia, el de los mensajes que pretenden fomentar el odio y el conflicto entre las personas y los grupos, la obscenidad y la pornografía, y las descripciones morbosas de la violencia. Es evidente también que la libre expresión debería atenerse siempre a principios como la verdad, la honradez y el respeto a la vida privada.”⁶⁸

⁶⁷ “Ética en Las comunicaciones Sociales”; Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales; Roma Italia, 2000; N° 25

⁶⁸ *Ibidem*, N° 23

Los medios disfrutan - de hecho -, de un margen de libertad tan amplio, que sin la existencia de algún tipo de control externo, pueden utilizarla en su propio beneficio, desentendiéndose de su responsabilidad social.

El modo de enfrentar tal situación, no debe ser cuestionando o restringiendo la libertad de expresión tan costosamente conquistada. No cabe dar marcha atrás en ese sentido, pero sí cabe en cambio, avanzar en lo que a su uso responsable se refiere.

Si durante varios siglos se ha insistido en la libertad de los medios, es hora de que en éste que comienza, se hable también de su responsabilidad.

CAPÍTULO SEGUNDO

ESTADO, DERECHO, ÉTICA Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Según se ha visto, la comunicación social, a través de sus distintos medios – y en especial, de la televisión - ejerce una influencia notable en la persona, la cultura y la sociedad. Además, al integrar socialmente a los miembros de la comunidad, se convierte en un factor político, en una cosa pública. Por eso, independientemente del sector – público o privado - que maneje o al que pertenezcan los medios, la comunicación social tiene una función pública. Desde esta perspectiva, la valoración de la actividad informativa y de comunicación de masas, además de tener un lugar propio en la ética, merece también, un tratamiento jurídico. El derecho habrá de corregir las desviaciones de la comunicación social en el cumplimiento de su función comunitaria. La valoración cualitativa de la comunicación social, no puede dejar al Derecho indiferente, en cuanto al modo en que la actividad se produce, al sujeto que la realiza, a los móviles que la impulsan, a los medios que la hacen posible, al contenido mismo de la comunicación y a los efectos previsibles en el individuo y en la comunidad.⁶⁹ Por el contrario, el derecho debe proporcionar un régimen que al mismo tiempo

⁶⁹ Cfr. DESANTES GUANTER; Op. Cit., Pag. 20-22

que proteja la libertad de expresión, fomente la calidad de los contenidos y ayude a disminuir los riesgos de posibles efectos perjudiciales.

En cuanto al papel del Estado en la comunicación social, la postura más común en nuestros días, - defensora de las libertades individuales de expresión -, es opuesta a su intervención. Sin embargo, el Estado ha de intervenir y no sólo para evitar abusos en el ejercicio de los derechos, sino para lograr su pleno desarrollo y eficacia, ya que los derechos subjetivos – el derecho a informar y a ser informado, lo son -, implican siempre una alteridad, una posibilidad de ejercicio frente a otro, o al menos un despliegue ante otros que deben respetar ese ejercicio. En un Estado de Derecho, las leyes aseguran que esto se realice. El derecho traza, por así decirlo, el “*rayado de cancha*” para la actuación de todos los que participan en los procesos de la comunicación social.

Cuando la injerencia del Estado no se lleva a cabo sobre el comportamiento individual, sino sobre unos resultados objetivos de tal comportamiento, - como pueden ser los programas televisivos, destinados a tener una influencia masiva -, es más fácil aceptar que la actitud del Estado no puede ser pasiva, puesto que tiene obligación de actuar todo lo que es justo, todo lo que es necesario para hacer posible la convivencia social y para que se produzca el bien común. Tomás de Aquino expone esta doctrina admirablemente, al decir que el Príncipe no tiene obligación de exigir toda la virtud a los ciudadanos o súbditos, pero sí aquella que es necesaria para asegurar la convivencia.⁷⁰

⁷⁰ Cfr. SANTO TOMÁS DE AQUINO, *Summa Theologica*, I-II, q. 96, a. 2; BAC, Madrid, 1988.

Para que los actuales medios masivos, cumplan su función social y contribuyan al mejoramiento de las formas de la convivencia humana, es necesario, entre otras cosas, un mayor cuidado de los contenidos de la comunicación social y un conocimiento claro de los derechos y responsabilidades que corresponden en esta materia, al Estado, a las empresas de la comunicación, a los trabajadores de las mismas y a la sociedad civil.

Son muchas las cuestiones que surgen: ¿Qué responsabilidad tienen los medios frente a los individuos y la sociedad?, ¿Pueden ponerse límites a la actividad de los medios?, ¿Son los códigos de ética instrumentos de coacción para los profesionales de la comunicación?, ¿Qué libertades y derechos fundamentales implica el derecho de la información?, ¿Puede el Estado intervenir y ejercer algún tipo de control?, ¿Censurar contenidos perjudiciales, atenta contra algún derecho?, ¿Es lícito pedir la disminución de los contenidos violentos de la programación televisiva o que su presentación respete determinadas condiciones? ¿Es viable en México la autorregulación de los medios?

El mejoramiento de los contenidos televisivos, para conseguir una televisión de calidad, reclama acciones urgentes que aún no se han acometido; concretamente, existe la preocupación ante el incremento de la violencia presentada en televisión,

así lo han reflejado distintos presidentes de la república⁷¹, asociaciones de padres de familia, directores de instituciones educativas, psicólogos, etc., pero esa preocupación no ha concluido en medidas jurídicas justas y efectivas.⁷²

La preocupación ética latente en esos ámbitos, ha de ser incentivo que trascienda en ocupación jurídica, ya que “es al derecho, como idea del mínimo ético, como técnica de realización de principios éticos y como ciencia de descubrimiento de nuevas fórmulas jurídicas inspiradas por la ética, al que corresponde realizar la idea.”⁷³ Para llegar a esto, es preciso profundizar tanto en el marco jurídico del derecho de la información, como en las normas y valores éticos a los que está vinculada la comunicación social.

A) EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN Y LOS DERECHOS FUNDAMENTALES

Aunque ciertas premisas posmodernas hayan decretado arbitrariamente el fracaso de la fundamentación iusnaturalista de los derechos humanos y hayan negado la existencia misma de una naturaleza humana, los derechos humanos no pueden tener otro fundamento. La dignidad del hombre y las necesidades

⁷¹ Pueden verse al respecto, el 2º y 4º Informe de Gobierno del Presidente Echeverría, así como el discurso del Presidente Zedillo en abril de 1998, durante la ceremonia de inauguración del X Congreso Nacional Ordinario del Sindicato de Trabajadores de la Industria de Radio y Televisión.

⁷² Se han decretado cancelaciones de series televisivas por considerarlas perjudiciales por su alto contenido de violencia. (Decreto del 21 de septiembre de 1974), sin embargo el gobierno no fundamenta su decisión y ni siquiera define qué es violencia. Por otra parte, series del mismo género continuaron en el aire y otras de nuevo ingreso en la T.V., han sido aprobadas, pudiendo ser consideradas tanto o más violentas que las canceladas.

⁷³ DESANTES GUANTER; Op. Cit., Pag. 68-69

humanas básicas a las que se alude para hacer valer los derechos fundamentales del hombre, sólo ponen de manifiesto que existe una naturaleza a la que responden y de la cual brotan.⁷⁴

Por eso, renunciar a una consideración autónoma de lo justo y de lo injusto, independiente de las situaciones mutables de la ley positiva, significaría abjurar de la conciencia humana.

La idea de naturaleza humana, no ha de entenderse sin embargo, como algo estático, sino como estructura dinámica, que se va realizando en lo concreto, en la temporalidad histórica y en la individualidad, sin negar por ello las determinaciones inmutables que tiene toda naturaleza o esencia; se entiende así, que derechos humanos como la *libertad de expresión* y el *derecho a la información* - que pertenecen al hombre desde siempre -, cobren en nuestros días matices especiales y tengan unas implicaciones que en otras épocas no eran siquiera previsibles.

El derecho de la información no es algo de ahora, aunque sea ahora cuando se haya acertado en la terminología adecuada. El derecho de la información, incluye derechos subjetivos que no son derivaciones de una ley estatal que distribuye papeles a cada actor, sino que le corresponden a la persona porque el ser

⁷⁴ Tesis central de Mauricio Beuchot Puente, O.P., en Los derechos humanos y su fundamentación filosófica; México; C.F.C.;1997.

humano en cuanto tal, "es portador de valores y titular de derechos aún antes de su inserción en una comunidad jurídica determinada".⁷⁵

La existencia de un derecho natural no dotado de coercibilidad fuera del ámbito de la conciencia - sin que por eso deje de ser derecho -, es una realidad, que ha cristalizado en su positivación en la Declaración Universal de Derechos Humanos del 10 de diciembre de 1948, aprobada y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas ese día, en la que se recogen principios fundamentales en orden a la libertad y dignidad de la persona, por el mero hecho de su condición humana.

Han pasado más de cincuenta años desde entonces y la fe en los derechos fundamentales del hombre se mantiene viva, incluso en momentos de flagrante violación de derechos, porque entonces, el derecho natural muestra con mayor fuerza quizá, "su vocación de proyectar sus principios ideales como principios normativos de carácter obligatorio para ofrecer resistencia a las normas positivas que ofenden la dignidad humana."⁷⁶

Se ha ganado en extensión y profundidad. Hoy, se reconocen todos los derechos que atañen a la personalidad integral del hombre, sin otros límites que

⁷⁵ FERNÁNDEZ AREAL, Manuel; Introducción al derecho de la Información; Barcelona, España; Ed. A.T.E.; 1977; Pag. 15

⁷⁶ RODRÍGUEZ-ARIAS BUSTAMANTE, Lino; El derecho natural y sus tendencias actuales; "Persona y Derecho", Revista de Fundamentación de las Instituciones Jurídicas y de Derechos Humanos; EUNSA, 1981; Vol. No 8, España; Pag. 202-203

los derechos y libertades de los demás y el respeto a las reglas de la moral, el orden público y el bien común de la sociedad.

La libertad de expresión y el derecho a la información están consagrados en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”

Ese derecho, ha de ser compatible con el que todo hombre tiene de ser respetado en su vida privada, su familia, su domicilio y su correspondencia, así como en su honra o reputación (Artículo 12 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos). Queda claro así, que el derecho de información y de libre expresión tiene límites; idea que se reafirma con el contenido del artículo 29 de la misma Declaración:

“Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad. En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley, con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general de una sociedad democrática...”

Estos principios de derecho natural, positivizados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, han sido reconocidos también en las legislaciones positivas de los distintos pueblos constituidos como Estados, formando lo que en la doctrina del derecho natural se denomina "Derecho natural vigente". La legislación mexicana, los recoge en los artículos seis y siete de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

a) Actualidad del Derecho de la Información

La información no ha sido nunca ajena al derecho, sin embargo, no existe una Teoría Jurídica de la Información, probablemente, a causa del hecho de que la comunicación y la información no son en sí mismas un objeto de regulación jurídica.⁷⁷ Los sujetos del derecho y los contenidos propios de su regulación jurídica, traducidos en obligaciones y facultades específicas, sólo se pueden determinar en este caso, si se considera que la comunicación forma parte de un proceso, que implica necesariamente la existencia de un emisor y un receptor.

La información, es un hecho inherente a la vida social, que en la actualidad, con la revolución tecnológica de los *mass media*, se realiza de un modo masivo y representa dentro del Estado moderno, una necesidad primordial, ya que en él, es indispensable disponer de una información pública, oportuna y suficiente.⁷⁸

⁷⁷ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN, Sergio; Derecho de la Información; Colección Panorama del Derecho Mexicano; México; UNAM / McGRAW-HILL; 1997; Pag. 3

⁷⁸ Cfr. PINTO MAZAL, Jorge; Régimen legal de los medios de comunicación colectiva; México; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM; 1977; Pag. 16

La información es el *contenido* de la comunicación. Por medio de ella, sujetos y organizaciones controlan la energía y orientan su acción. Esto puede verse en distintos niveles: en una máquina, la información es el programa que comanda la energía. En un organismo biológico, es el código genético que rige su desarrollo y sobrevivencia. En las sociedades humanas, afirma Marcos Kaplan, "la información es todo lo que permite el control, el mando, la conformación y organización(...)"

Las sociedades, al ir alcanzando mayor complejidad, fueron modificando y perfeccionando las técnicas de producción, almacenamiento, acceso y distribución de la información. De este modo, la densidad de la información aumentó y se sucedieron diferentes revoluciones tecnológicas relacionadas con la información que vinieron a transformar y reorganizar las sociedades. La primera de estas revoluciones, fue la escritura; la segunda, fue la imprenta y su posterior desarrollo técnico. La tercera - que duró apenas un siglo -, produjo los actuales medios de comunicación: radio, cine, televisión, computadoras. Actualmente, la alianza de la informática y las telecomunicaciones está transformando nuevamente el horizonte de la civilización.

Aspectos sociales tan diversos como la educación, la organización de la producción, la competitividad, la rentabilidad de las inversiones, las relaciones de poder y la cultura, están siendo afectados de manera significativa en todo el planeta, como resultado de las nuevas condiciones de la comunicación.

Pueden observarse junto a las enormes posibilidades que se abren, situaciones preocupantes: la distribución desigual de la información, el monopolio en el acceso y empleo de algunos de los medios masivos de comunicación, usos abusivos de las informaciones y de los medios de comunicación – como es sin duda la creciente presentación de violencia en la televisión -, siendo todo ello, riesgos que exigen acciones decididas en las que el Derecho ejerza un papel de control y estabilización.

El derecho de la información es el único camino posible para imprimir plena seguridad jurídica al sistema de libertades y derechos informativos, impronta característica de todo Estado democrático de derecho. Las libertades de expresión e información, sin las debidas garantías jurídicas que permitan su ejercicio, amplíen sus alcances y delimiten sus fronteras, serían tan sólo posibilidades sin certidumbre.

b) Concepto y objeto del derecho de la información

Aunque técnica y doctrinalmente no exista un “derecho de la información”, sí existe un número importante de disposiciones en esta materia y se han incrementado los esfuerzos por elaborar un cuerpo organizado de principios que permita sistematizar el estudio de las normas jurídicas en materia de información,

dando lugar así, a tratados que responden a situaciones particulares de algunos países.⁷⁹

Muchos de estos trabajos, en países como México, con gran atraso legislativo en la materia,⁸⁰ proceden de estudiosos ajenos al campo del derecho – comunicólogos, publicistas, etc. -, quienes a causa de los vacíos legislativos y doctrinales existentes, se han visto en la necesidad de estudiar por su cuenta la dispersa legislación existente, generándose en el transcurso del tiempo, inexactitudes que conviene superar.

¿Qué es el derecho de la información?

“El derecho de la información es un concepto doctrinal que supone el estudio y sistematización de las disposiciones jurídicas positivas en materia de información.”⁸¹ Por definición, incluye pero no se agota, en el estudio de las libertades de información y expresión.

Se trata de una rama específica del derecho - en plena construcción -, que tiene como objeto exclusivo precisamente la comunicación social. Abarca por

⁷⁹ Pueden verse J. Beneyto y José María Desantes en España, Emmanuel Derieux en Francia.

⁸⁰ México figura entre los siete u ocho países con el marco jurídico en materia de comunicación, más atrasado. Cfr. VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El derecho de la información como práctica docente; ponencia recogida en SOLÍS LEREE, Beatriz, Coordinadora; El Derecho de la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México; Tomo II, México; Ed. H. Cámara de Diputados; 1998; Pag. 68

⁸¹ LÓPEZ AYLLÓN, Sergio; El Derecho de la Información como Derecho Fundamental; ponencia recogida en SOLÍS LEREE, Beatriz, Coordinadora; El Derecho de la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México; Tomo I, México; Ed. H. Cámara de Diputados; 1998, Pag. 182

tanto, el régimen jurídico de cada medio, el estudio de la información considerada desde la perspectiva de las relaciones jurídicas privadas y desde la perspectiva pública de la información, el derecho profesional de los informadores, el de las empresas informativas, etc.

La existencia del derecho de la información como ciencia normativa se explica en razón de las siguientes premisas:

1. Permite conocer los derechos y obligaciones que tienen los sujetos de derecho en el campo de los medios de comunicación, para un ejercicio pleno de los primeros y un cumplimiento responsable de las segundas.
2. Contribuye a identificar, a través del derecho comparado, parámetros de medición sobre el grado de avance democrático, o de retroceso, que observa el régimen legal propio en la materia, con relación a los Estados democráticos de Derecho.
3. Hace factible formular propuestas de ingeniería jurídica para dar respuesta tanto a añejas necesidades como a nuevos retos de cara al desarrollo constante de las nuevas tecnologías.⁸²

⁸² Cfr. CARREÑO CARLÓN, José, VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto; Temas fundamentales de derecho de la información en Iberoamérica; editado en España, impreso en México; Fragua editorial/ UIA, 1998; Pag. 11

¿Cuál es la materia objeto del derecho de la información?

Las opiniones varían, pero siguiendo en gran medida la propuesta de Emmanuel Derieux, López Ayllón, esboza el campo de estudio del derecho de la información de la siguiente forma ⁸³ :

1. Los principios de libertad de prensa, expresión e información (Libertades fundamentales de la información)
2. El régimen informativo del Estado
3. Las normas que regulan las empresas y las actividades de comunicación
4. El estatuto de los profesionales de la información
5. El régimen de responsabilidad civil y penal
6. El derecho de autor y los denominados derechos vecinos

La presentación de la violencia en televisión, es un hecho que hace relación, de alguna manera, con todos los campos del derecho de la información, inclusive con los derechos de autor - que podría parecer un ámbito más ajeno -, si se piensa por ejemplo, en el caso de patentes de video juegos con marcada carga de violencia.

⁸³ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información; Op. Cit. Pag. 4

B) RÉGIMEN JURÍDICO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN MÉXICO

Hablar del régimen jurídico de la comunicación social en México, es hablar de su derecho de la información, mismo que constituye el marco jurídico en el que se habrá de encuadrar el fenómeno de la violencia televisiva, para determinar las pautas de acción viables, conducentes a minimizar sus posibles efectos nocivos en la persona y en la sociedad.

a) Panorama del derecho de la Información en México

Las disposiciones en materia de información en México, no ofrecen una visión de conjunto, porque se trata de leyes que se han expedido en el curso de los años, en respuesta a los intereses más diversos, y con distintas concepciones sobre su objeto y alcance. Sin embargo, más preocupante que la falta de integración, son las omisiones existentes,⁸⁴ sobre todo si se toma en cuenta que la interpretación y aplicación de la legislación en materia de información por los tribunales, ha sido muy limitada, en parte a causa de la falta de ejercicio de acciones de los particulares ante los tribunales, aunque cabe señalar también que cuando se han ejercido tales acciones, los tribunales han adoptado una actitud muy conservadora, inhibiendo hasta cierto punto la posibilidad de un desarrollo jurisprudencial de los principios contenidos en la legislación.⁸⁵

⁸⁴ Propiamente, no existe una reglamentación del derecho a la información consagrado en la Constitución Política del país. La Ley de Imprenta se promulgó el mes anterior a la promulgación de la Constitución de 1917 "entre tanto el Congreso de la Unión reglamenta los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República" Cfr. Preámbulo del decreto núm. 24 que contiene la Ley de Imprenta.

⁸⁵ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información, Op. Cit. Pag. 4

En materia de radio y televisión, aspectos como el derecho de réplica, que no es reconocido, y el sistema de concesiones vigente, por citar algunos ejemplos, suponen un obstáculo para que el verdadero pluralismo y la democracia nutran las hipótesis normativas de la ley.

Esa situación, de la legislación y la jurisprudencia mexicanas, se explica principalmente por la ausencia de una política clara sobre comunicación social por parte del Estado. A pesar de los intensos debates que se han tenido y se tienen en torno al régimen jurídico de la información, aún no se logra establecer un consenso que permita la revisión y reformulación de la legislación vigente en la materia. No obstante, es destacable la labor realizada en este sentido, por la actual Comisión de RTC de la Cámara de Diputados, efectuando reuniones con representantes de organizaciones gremiales de trabajadores y profesionales de la comunicación y anteriormente, los foros de consulta pública regionales que tuvieron lugar del 8 de junio al 11 de julio de 1995, promovidos por la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados de la LVI Legislatura.

Hoy por hoy, no se cuenta en el país con un código de comunicación social que integre las distintas disposiciones en la materia, que sirva de referencia para la aplicación de otros ordenamientos jurídicos a casos específicos.

Las principales leyes que contienen disposiciones relacionadas con el derecho de la información en México son las siguientes:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Ley de imprenta

Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas

Ley de Vías Generales de Comunicación

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Ley General de Bienes Nacionales

Ley Federal de Radio y Televisión

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión

Reglamento del Servicio de Televisión por Cable

Ley Federal de Cinematografía

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación

Ley General de Educación

Ley Federal de Telecomunicaciones

Reglamento de la Ley Federal de Telecomunicaciones

Ley Federal del Derecho de Autor

Ley Federal de Competencia Económica

b) El marco constitucional de las libertades tradicionales y el nuevo derecho a la información.

Las libertades tradicionales de expresión y de imprenta, así como el derecho de petición, tercera garantía en materia de información, fueron consagrados respectivamente, en los artículos seis, siete y ocho de la Constitución

de 1917. Este marco procede de la declaración francesa de los derechos del hombre y del ciudadano de 1789, cuyos principios fueron recogidos en la mayoría de los textos constitucionales mexicanos, desde la Constitución de Apatzingán de 1814 – Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana -, hasta la de 1857, de la cual pasaron a la de 1917.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, refleja explícitamente la nueva concepción de la libertad de expresión que dio lugar al actual derecho a la información, a partir de la reforma de su artículo sexto, publicada en el Diario Oficial de la Federación el seis de diciembre de 1977, al añadir: "el derecho a la información será garantizado por el Estado"

Los artículos constitucionales citados, a la letra dicen:

ARTÍCULO SEIS: "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; *el derecho a la información será garantizado por el Estado*"

ARTÍCULO SIETE: "Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a

la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos."

ARTÍCULO OCHO: "Los funcionarios y empleados públicos respetarán el derecho de petición, siempre que ésta se formule por escrito, de manera pacífica y respetuosa; pero en materia política sólo podrán hacer uso de ese derecho los ciudadanos de la República.

A toda petición deberá recaer un acuerdo escrito de la autoridad a quien se haya dirigido, la cual tiene obligación de hacerlo conocer en breve término al peticionario."

Por otra parte, es importante señalar que de acuerdo al artículo 133 de la Constitución, los tratados internacionales firmados por el Presidente de la República y aprobados por el Senado, son ley suprema de toda la Unión; tal es el caso del *Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos* y de la *Convención Americana sobre Derechos Humanos* aprobados por el Senado de la República en 1980.⁸⁶ Los artículos 19 del Pacto y 13 de la Convención, contienen

⁸⁶ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información, Op. Cit. Pag. 13

una formulación de la libertad de expresión y de imprenta que los engloba y expande adaptándolos a las nuevas condiciones de la información; por eso, los artículos seis y siete constitucionales deben ser leídos junto con ellos, para obtener la idea completa de lo que doctrinalmente se denomina el derecho a la información.

ARTÍCULO 19.2 DEL PACTO INTERNACIONAL DE LOS DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS:

"Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento a su elección."

ARTÍCULO 13.1 DE LA CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS:

"Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento a su elección."

Se procederá a continuación a estudiar las libertades tradicionales en la legislación mexicana, para llegar finalmente a la idea del nuevo derecho de la información.

1. La libertad de expresión

Considerando que la expresión es la forma a través de la cual la persona exterioriza sus pensamientos en signos, palabras o gestos que tengan como propósito comunicar algo, puede entenderse como libertad de expresión "la posibilidad que tiene el hombre de elegir o elaborar por sí mismo las respuestas que quiera dar a todas las cuestiones que le plantea la conducta de su vida personal y social para adecuar a aquéllas sus actos y comunicar a los demás lo que tenga de verdadero"⁸⁷

La libertad de expresión se encuentra consagrada en el artículo seis constitucional transcrito más arriba y supone la facultad que toda persona tiene de manifestar sus ideas, pensamientos u opiniones por cualquier medio. En este sentido, incluye la *libertad de pensamiento u opinión*, que permite la libre manifestación de ideas a través de un medio no escrito, y la *libertad de imprenta*, cuando las ideas se expresan por un medio escrito.

⁸⁷ RIVERO, J., citado por VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El sistema jurídico de los medios de comunicación en México; México; Triana Editores; 1995; Pag. 11

1.1 La libertad de Opinión.

Tiene un ámbito limitado al individuo: la manifestación de un pensamiento libre. "Es el derecho de todo ser humano a expresar su opinión libremente y sin trabas, sea mediante la palabra, por escrito o mediante la imagen, y hacer pública su opinión y difundirla."⁸⁸ Es un elemento del ambiente moral que todo hombre necesita para vivir y es al mismo tiempo uno de los pilares de toda democracia establecida según derecho. Esta libertad implica también poder recibir libremente otras opiniones.

1.2 La libertad de expresión.

Es la prolongación o puesta en práctica de la libertad individual de pensamiento y de opinión. "Es una libertad colectiva cuyas características se afirman más a medida que se diversifican y se perfeccionan los medios de comunicación de masa"⁸⁹ Puede decirse por tanto, que no hay persona ni sociedades libres sin libertad de expresión, y que su ejercicio, no es una concesión de las autoridades sino derecho inalienable del pueblo.

1.3 La libertad de información.

Es el derecho de informar libremente y sin trabas, haciendo uso de las fuentes de información disponibles y procurándose libremente los informes necesarios.

⁸⁸ PINTO MAZAL, Jorge; Op. Cit. Pag. 40

⁸⁹ Ibidem

Supone la libertad de emitir y de recibir las ideas y las noticias. Por tanto, este derecho “tiene dos aspectos que son cruciales, primero, el derecho a la información activo supone el derecho a informar y segundo, el derecho a la información pasivo, el derecho a ser informado.”⁹⁰ Cabe aclarar que por información hay que entender no sólo noticias, sino también las ideas, opiniones, etc., pues la información – como se apuntó anteriormente -, es el contenido de la comunicación.

1.4 Los límites de la libertad de expresión.

La libertad de expresión no es ilimitada. En el texto constitucional se señalan con claridad las siguientes restricciones:

- a) el ataque a la moral
- b) el ataque a los derechos de tercero
- c) la provocación para cometer algún delito
- d) la perturbación del orden público

Al incorporarse a la ley el respeto a la moral, el Estado se erige en salvaguarda de los valores éticos. Por otro lado, la invocación de la moral por la Constitución y otras leyes secundarias – Ley de Imprenta y Ley Federal de Radio y Televisión -, dota a la norma ética de positividad. Sin embargo, la moral no constituye un concepto legal, ya que no es creado por la ley: tiene una existencia

⁹⁰ VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El Sistema Jurídico de los Medios de Comunicación en México, Op. Cit. Pag. 22

anterior y superior. Tampoco es definida por las leyes, aunque éstas tutelen sus valores.

Ahora bien, la referencia de la ley a la moral, aparece como un simple límite a la actividad informativa o a la libertad de expresión. Sin embargo, como el fundamento de la moralidad es el hombre mismo, no puede considerarse a la moral sólo como un factor limitativo, sino – sobre todo -, como un factor progresivo, porque proporciona un paradigma del hombre desde el interior del hombre, a partir del conocimiento de sí mismo. El peligro de la época actual, agudizado por el influjo de los medios masivos de comunicación, es la tendencia del hombre a asomarse hacia fuera para medir la licitud de sus actos y no hacia la norma de su naturaleza. De ahí que hoy, fácilmente se convierta la moral en sociología, lo normativo en encuesta y el progreso, en subdesarrollo moral.

Por otra parte, la obligación de abstención del poder público a que se refiere el artículo seis Constitucional que se viene comentando, se dirige a los órganos administrativos y judiciales, sin incluir al Poder Legislativo: “La manifestación de las ideas *no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa*, sino en el caso de...”; de esta manera, queda abierta en todo momento, la posibilidad de expedir leyes limitativas de esta libertad.⁹¹

⁹¹ Situación contrastante con textos constitucionales de otros países, como el caso de Estados Unidos, cuya primera enmienda establece “El Congreso no expedirá ley alguna en relación con el establecimiento de alguna religión o prohibiendo el libre ejercicio de ellas; o limitando la libertad de palabra, de la prensa, o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente, y pedir al gobierno el enderezamiento de injusticias.” Citada por LOPEZ AYLLÓN, Sergio, Derecho de la Información, Op. Cit. Pag. 8

El gran principio de la libertad de expresión, siempre ha estado presente en las Constituciones mexicanas, aunque se haya limitado casi hasta su extinción por medio de decretos, como el caso de la ley Lares o Decreto del 25 de abril de 1853 - que obligaba a presentar cualquier escrito a las autoridades gubernamentales antes de su publicación -, expedido por Santa Anna, quien paradójicamente en las Siete Leyes Constitucionales de 1836, había garantizado la escritura y circulación de ideas políticas.⁹²

Las limitaciones a la libertad de expresión, señaladas tan genéricamente en la Constitución, se desarrollan de forma específica, en la Ley de Imprenta de 1917. Desde entonces a la fecha, las restricciones constitucionales han sido interpretadas muy escasamente por el Poder Judicial,⁹³ por lo que no se han ido adaptando a las necesidades contemporáneas.

Una clara deficiencia de la legislación sobre radio y televisión, es la no regulación de las formas de defensa de los individuos o grupos, frente a los posibles ataques a sus derechos y nos encontramos así, con que el derecho de réplica no está previsto en los medios de comunicación electrónicos;⁹⁴ este

⁹² Cfr. FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima; Los Medios de Difusión Masiva en México; 11ª edición; México; Juan Pablos Editor; 1996; Pag. 15-16.

⁹³ Desde 1917 hasta 1997, el artículo seis Constitucional, ha sido interpretado sólo en 12 ocasiones por la Suprema Corte de Justicia. Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información; Op. Cit. Pag. 8

⁹⁴ Sin embargo, esto no significa que tal derecho no pueda ejercitarse, ya que en México, además de la legislación interna y la jurisprudencia, los tratados internacionales en los que el país sea parte contratante, constituyen una fuente de derecho y ese es el caso de la Convención Americana de Derechos Humanos en cuyo artículo 14, 2.2 contempla el derecho de réplica o respuesta.

hecho, representa uno de los principales retrasos de la legislación mexicana en materia de comunicación social.

Cabe mencionar también la conveniencia de que el respeto a la verdad, sea considerado explícitamente por la ley, como un límite de la libertad de expresión, para fundamentar así positivamente, el derecho de rectificación en la actividad informativa.⁹⁵

2. La libertad de Imprenta

La libertad de imprenta garantizada en el artículo siete de la Constitución, supone la facultad del individuo de publicar ideas, escritos o imágenes por cualquier medio gráfico. En estricto sentido, es parte integral de la libertad de expresión, pero se ha construido como un derecho especial respecto de la libertad de expresión.

Lo anterior se explica por razones históricas, pues al momento de formularse las libertades públicas en el siglo XVIII, la imprenta era el medio más importante para la difusión de las ideas. La libertad de imprenta, puede verse como un instrumento privilegiado para actualizar la libertad de expresión. Actualmente, a los medios impresos se han sumado los medios de comunicación electrónicos a distancia, que no están cubiertos en sentido estricto por esta libertad, pero cabe

⁹⁵ Se favorecería así, la rectificación del periodismo amarillista que incurre en la *mentira por desproporción*, que "tiene lugar cuando se magnifican determinados acontecimientos o, por el contrario se minimizan tendenciosamente otros." MENÉNDEZ, José; "El respeto a la verdad como límite a la libertad de expresión"; Persona y Derecho; Revista de Fundamentación de las Instituciones Jurídicas; EUNSA; 1978; Vol. V; España, Pag. 44.

hacer la extensión tomando en cuenta que “el bien jurídico protegido es la libertad de expresar informaciones o ideas y no el instrumento a través del cual se concretiza ese derecho fundamental”⁹⁶

El mismo artículo siete constitucional, encierra dos garantías adicionales relativas a la libertad de imprenta: una consiste en que en ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito, y otra, en que tampoco se podrá encarcelar, en caso de presuntos delitos de imprenta, a los expendedores, papeleros, operarios y demás empleados del establecimiento, considerados - salvo prueba en contrario -, ajenos a la responsabilidad del autor del escrito.

2.1 Los sujetos de la libertad de imprenta.

Son de dos clases: por un lado los autores y por otro, los editores y distribuidores. Para ambas clases de sujetos se garantiza la libertad de escribir y publicar acerca de cualquier materia, sin censura previa ni necesidad de otorgar fianza.

Recientemente, se ha discutido sobre la posibilidad de que a los sujetos tradicionales de esta libertad, se añada un tercero: los lectores.⁹⁷ Ante esto, el

⁹⁶ VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El sistema jurídico de los medios de comunicación en México; Op. Cit. Pag. 17

⁹⁷ En México, el periódico “El Economista” adoptó en 1993, la figura del ombudsman, nombrando un defensor de los derechos del lector, y estableciendo además, un Código denominado “Derechos de los Lectores”, un Estatuto del Defensor del Lector y un Estatuto de la Redacción. Cfr. TREJO DELARBRE, Raúl; De la Crítica a la Ética. Medios y Sociedad. El nuevo contrato público; México; Universidad de Guadalajara; Colección: Textos de comunicación y sociedad; Serie: cuadernos; 1995; Pag. 51-55.

consejo constitucional francés determinó en dos controvertidas decisiones, que la libertad de imprenta comprendía también la libertad de los lectores, y a partir de esta interpretación, se construyó el *principio del pluralismo de la prensa*.⁹⁸ Principio aplicable a los medios electrónicos de comunicación de masas y en aras al cual, se defiende sofisticamente la presentación de programas televisivos con altos índices de contenidos violentos, como parte de una auténtica televisión plural.

2.2 Los límites de la libertad de imprenta.

La Constitución en su artículo siete, establece tres límites específicos a la libertad de imprenta: el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública, y de igual manera que en el caso del artículo seis, estos conceptos están desarrollados en la Ley de Imprenta de 1917, contando con una interpretación jurisprudencial mínima.

Existen otras dos limitaciones constitucionales a la libertad de imprenta:

1. La contenida en el artículo 130, que establece que las publicaciones de carácter religioso no podrán "oponerse a las leyes del país o a sus instituciones, ni agraviar de cualquier forma, los símbolos patrios".

⁹⁸ Cfr. LOPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información; Op. Cit. Pag. 9

2. La contenida implícitamente en el artículo tercero, al prohibir que las publicaciones dirigidas a la niñez y la juventud, menoscaben los principios establecidos en el mismo artículo.

3. El derecho de petición

El llamado “derecho de petición”, contenido en el artículo ocho constitucional, puede ser considerado como la tercera garantía en materia de información. De acuerdo con este derecho de los particulares, las autoridades públicas tienen la obligación de responder por escrito y en un término breve, a las consultas escritas que se les formulen de manera pacífica y respetuosa. En materia política, este derecho está reservado a los ciudadanos mexicanos.

Difícilmente puede considerarse que este derecho constituya una garantía efectiva para permitir el acceso de los particulares a la información administrativa, por los siguientes motivos:

1. Al no precisarse las características de la respuesta de la autoridad a la petición del particular, basta con un mero acuerdo de respuesta para que la autoridad cumpla con su obligación.
2. El “tiempo breve” en que debe darse la respuesta, tampoco se determina, por lo que se entiende que consiste en “aquel en el que razonablemente puede estudiarse una petición y acordarse”⁹⁹

⁹⁹ Semanario Judicial de la Federación, octava época, enero de 1991, tomo XII, Pag. 263

Cuando un particular se dirige a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, solicitando información sobre el número de concesiones de estaciones de televisión otorgadas y los nombres de los concesionarios; o a la Secretaría de Gobernación para saber si una serie televisiva cuenta con la aprobación de la Oficina de Clasificación y Autorización del Departamento de Análisis y Supervisión de la Dirección de Televisión de RTC, los resultados obtenidos son asombrosos: los empleados de esas dependencias, suelen desconocer la existencia misma de algunas oficinas y afirman no tener información vigente al respecto.

4. El nuevo derecho a la información

La formulación moderna de la libertad de expresión, es lo que algunos autores denominan el derecho a la información en sentido amplio, e incluye tres libertades diferentes:

1. Libertad de buscar o investigar,
2. Libertad de recibir,
3. Libertad de difundir informaciones, opiniones e ideas a través de cualquier medio.

En esta concepción de libertad de expresión, - presente en la Constitución mexicana desde la reforma al artículo seis del seis de diciembre de 1977 -, se incluyen los derechos tradicionales de imprenta y de expresión, pero se añade

algo nuevo, que es la libertad de recibir y la libertad de buscar o investigar informaciones¹⁰⁰, que de alguna manera estaban implícitas en aquellas, pero que ahora se expresa en el texto del artículo citado como una nueva garantía constitucional: el derecho a la información.

Tiempo atrás, J. Bourquin, hacía notar la interdependencia de las libertades: "Consecuencia de la libertad individual de pensamiento, la libertad de información – a través de cualquiera de los mass-media -, comprende la libertad de expresión y la libertad de opinión (cuando se difunden por estos medios). Y la libertad de información lleva consigo: a) La libertad de buscar y recoger datos; b) Transmitir o comunicar; c) Publicar, esparcir, emitir o difundir noticias, ideas u opiniones."¹⁰¹

Por el derecho a la información la sociedad civil tiene derecho a recibir información oportuna y veraz del aparato público directamente o a través de los medios de comunicación social. Se trata de un derecho recientemente normado, cuya importancia va en aumento en cuanto permite el enriquecimiento de los elementos de juicio de la sociedad civil para ulteriores tomas de decisiones y para que pueda tomar el pulso a la marcha de los asuntos de la colectividad a la que pertenece.

¹⁰⁰ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; El Derecho de la Información como derecho fundamental, Op. Cit., Pag.

177

¹⁰¹ BOURQUIN, Jacques, citado por PINTO MAZAL; Op. Cit. Pag. 40

El enunciado constitucional, "el derecho a la información será garantizado por el Estado", permite legislar sobre la materia, pero no define las características del derecho a la información que se está reconociendo, ni el modo en que el Estado lo garantizará. El problema está por tanto en que este derecho abstracto que señala una política general, no contiene los instrumentos necesarios para su aplicación en situaciones particulares. Por eso se hace cada vez más urgente la promulgación de una ley reglamentaria del artículo seis de la Constitución, que prevea una serie de derechos subsidiarios que permitan la deseada coincidencia entre validez y eficacia del derecho.

c) El régimen de la información del Estado

La información es un elemento fundamental para las decisiones que afectan a la cosa pública y en el Estado moderno, la información pública, oportuna y suficiente, es una necesidad que los gobiernos están obligados – por ley en muchos casos - a satisfacer.¹⁰² El Estado tiene la responsabilidad de informar y de informarse. Por un lado, es una de las mayores fuentes de información pública con deberes informativos especiales que lo constituyen como el obligado principal del derecho a informar, y por el otro, requiere de una gran cantidad de información para cumplir sus funciones, lo que da origen a ciertas facultades que le permiten obtener información de los particulares.

¹⁰² Cfr. PINTO MAZAL; Op. Cit. Pags. 14-17

El régimen jurídico de la información del Estado, abarca numerosas disposiciones en materia de información, que se encuentran dispersas en varios ordenamientos de la legislación mexicana, y no responden a un principio integrador que les de coherencia y organización.

Para dar una visión de conjunto de las disposiciones vigentes y las lagunas que existen en materia de información del Estado, así como de sus facultades y obligaciones, siguiendo a López Ayllón se señalan las siguientes:

- Disposiciones que facultan al Estado para obtener información de los particulares, en ocasiones en forma coactiva, en materia penal (vgr. Facultades de investigación del Ministerio Público) y fiscal (vgr. Auditorías y visitas de verificación fiscal).
- Principio de acceso a los documentos administrativos, de casi nulo desarrollo en la legislación mexicana, presente en algunas disposiciones de la Ley Federal de Procedimientos Administrativos, la Ley de Comercio Exterior y su reglamento, la Ley Federal de Competencia Económica, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, la Ley para el Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos.
- Disposiciones sobre Archivos Públicos que le asignan al Estado las funciones de custodia, clasificación y catalogación de documentos; la concentración de las leyes, decretos y reglamentos federales y estatales; la guarda de un

ejemplar de las obras científicas, literarias o artísticas de propiedad reservada.

En cuanto a las reglas de consulta, son muy generales y se orientan a limitar el uso de los documentos mediante restricciones a su acceso.

- Ley de Información estadística y geográfica de 1980 y su reglamento que establece los derechos y obligaciones de los informantes y del organismo que elabora ese tipo de información –el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)-, y las normas de acceso a la información por parte de los usuarios de los sistemas nacionales de estadística e información geográfica.
- La publicación de leyes y reglamentos, establecida como obligación del ejecutivo en el artículo 72 de la Constitución Política. Esta materia está regulada por la Ley del Diario Oficial de la Federación y Gacetas Gubernamentales.
- Obligación del Ejecutivo Federal – establecida por la Ley Federal de Radio y Televisión -, de promover la transmisión de “programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.”¹⁰³
- Facultad del Estado de utilizar tiempo en la radio y la televisión de conformidad con los fines que determina la Ley Federal de Radio y Televisión.¹⁰⁴

¹⁰³ Artículo sexto de la Ley Federal de Radio y Televisión, in fine.

¹⁰⁴ Cfr. Artículo 59, 60 y 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión y los artículos 12 y 13 de su reglamento, así como el acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación del 1 de junio de 1969, que permitió a los concesionarios pagar el impuesto para servicios expresamente declarados de interés público, con el 12.5% del tiempo diario de transmisión.

- Ausencia de disposiciones que regulen la inserción de publicidad pagada por el Estado en los medios de comunicación y respecto a la manera en que el Estado debe utilizar el tiempo que le corresponde en radio y televisión.
- Disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales que señalan la responsabilidad del Estado en los procesos electorales en cuanto a la información electoral.¹⁰⁵
- Existencia de un Consejo Nacional de Radio y Televisión, dependiente de la Secretaría de Gobernación e integrado por representantes de las Secretarías de Gobernación, Salud, Educación Pública y Comunicaciones y Transportes, dos representantes de la industria de la radio y televisión y dos de los trabajadores, cuyas facultades son de coordinación y consulta y la de “elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones.”¹⁰⁶

d) Las telecomunicaciones

La regulación jurídica de las comunicaciones a distancia en México, fue un aspecto que se incluyó desde 1917 en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Aunque en ese tiempo era insospechada la trascendencia que a lo largo del siglo tendrían los medios electrónicos de comunicación en los aspectos sociales, económicos y políticos, el espíritu de los Constituyentes en la materia, quedó claramente definido en el artículo 28 constitucional, en el que se

¹⁰⁵ Cfr. Artículos 38 y 44 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales

¹⁰⁶ Artículo 91, fracción IV de la Ley Federal de Radio y Televisión.

encuentra la prohibición de monopolios y estancos en la República Mexicana, al mismo tiempo que se establecieron las actividades de la economía nacional que quedaron bajo el exclusivo control del gobierno federal: acuñación de moneda, correos, *telégrafos y radiotelegrafía* y la emisión de billetes por un solo banco controlado por el gobierno federal.¹⁰⁷

La inclusión en el artículo 28 constitucional de 1917 de las primeras telecomunicaciones implementadas en nuestro país, como actividades reservadas en cuanto a su control, por parte del gobierno federal, puede verse como un claro indicador de la función social que los servicios de comunicación a distancia deberían tener en México.

Las disposiciones contenidas en el primigenio artículo 28, que le dan carácter de garantía social, son dos:

1. Las que señalan que no constituyen monopolios las asociaciones de trabajadores formadas para proteger sus propios intereses
2. Las que establecen la *libre concurrencia* en la producción, industria o comercio, o servicio público.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Cfr. BERRUECO GARCÍA, Adriana; La Reforma Constitucional y la Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995, en "El uso y la práctica de la ley en México", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM y Miguel Ángel Porrúa, Grupo Editorial; 1997; México; Pag. 168

¹⁰⁸ La libre concurrencia implica la prohibición de que una persona física o moral tenga el privilegio o prerrogativa de desplegar cierta actividad, sin que ésta sea susceptible de ejercitarse por otros individuos. Cfr. BURGOA ORIHUELA, Ignacio; Las Garantías Individuales; Porrúa, México; 1989; Pag. 410-411.

Desde 1917, este artículo no fue modificado sino hasta 1982, año en el que se elevó a rango constitucional la estatización de la banca mexicana. Sin embargo la transformación más importante de este artículo es el efectuado en los inicios del sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, publicado en el Diario Oficial de la Federación el tres de febrero de 1983, junto con las reformas a los artículos 25 y 26 constitucionales. La reforma de estos tres artículos incluyen una serie de preceptos que constituyen el subcapítulo económico de la Constitución en el que destaca la figura jurídica de la Rectoría Económica del Estado.¹⁰⁹

La regulación de las telecomunicaciones enfrenta serias dificultades, pues se reconoce que la prestación de estos servicios genera monopolios naturales, por tratarse de un sector de la economía en el que, el costo de ofrecer determinado volumen de producción es menor si lo ofrece una sola empresa que si lo hacen varias. Esto explica por qué muchos Estados se reservaban su prestación y por qué es tan difícil la existencia de una televisión alternativa.

1. Reformas al artículo 28 constitucional y promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

1.1 Reforma de 1983 al artículo 28 constitucional.

¹⁰⁹ El doctor Ignacio Burgoa, al estudiar las modificaciones introducidas en 1983 a la Constitución, escribió que la rectoría económica del Estado no es ni intervencionismo estatal, ni una mera vigilancia de las actividades económicas, sino la asunción de éstas por parte del Estado a través de funciones administrativas y legislativas; "...regir significa dirigir, gobernar o mandar, y estos actos implican fundamentalmente la notoria limitación de la libertad económica hasta llegar a la exclusión de la misma." BURGOA ORIHUELA; Op. Cit. Pag. 718

Mediante esta reforma, fue suprimida la garantía de libre competencia, ya que se tornaba incompatible con la rectoría económica del Estado. Por otra parte, se incluyeron en su párrafo cuarto, nuevas actividades reservadas de manera exclusiva para el Estado, entre las que destaca para los fines del presente estudio, la comunicación vía satélite.

Existen dos figuras que inciden en la interpretación del artículo 28: las áreas estratégicas y las áreas prioritarias de la economía, establecidas en los párrafos cuarto y quinto del artículo 25 constitucional reformado, que a continuación se transcriben:

“El sector público tendrá a su cargo, de manera exclusiva, las áreas estratégicas que señalan el Artículo 28, párrafo cuarto de la Constitución, manteniendo siempre el Gobierno Federal la propiedad y el control sobre los organismos que en su caso se establezcan.”

“Así mismo podrá participar por sí o con los sectores social y privado, de acuerdo con la ley, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del desarrollo”

Siguiendo la conceptualización del doctor Eduardo Andrade, se entiende por *áreas estratégicas de la economía*, las actividades económicas que representan particular importancia para el desarrollo nacional, por tratarse de bienes o servicios que constituyen el fundamento de otras actividades derivadas de ellos, o son recursos no renovables, básicos y de alto valor por su escasez o uso especializado, como el petróleo o el uranio, cuyo control por potencias

extranjeras pone en riesgo la independencia del país al que pertenecen y por tanto, son fundamentales para salvaguardar la soberanía nacional. Mientras que por *áreas prioritarias de la economía* se entienden las actividades que de acuerdo con las circunstancias, resulta más conveniente fomentar, en función de necesidades específicas del desarrollo nacional. No son por tanto, como las estratégicas, necesariamente básicas para el desarrollo económico o para salvaguardar la soberanía nacional pero sí pueden constituir esferas que, por las particulares circunstancias imperantes, sea necesario atender con antelación a otras. Por ello, las áreas prioritarias tienen como característica, el ser susceptibles de que en su explotación participen los sectores social y privado en conjunción con el sector público.¹¹⁰

1.2 Reforma de 1995 al artículo 28 constitucional.

Esta reforma vino a modificar el régimen aplicable a los satélites de telecomunicación, antes considerados estratégicos y por ello reservados en exclusiva al Estado, y ahora, un área prioritaria que admite la inversión de capitales privados, inclusive extranjeros. Esta reforma trajo como consecuencia la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones el siete de junio del mismo año.

¹¹⁰ Cfr. ANDRADE SÁNCHEZ, Eduardo, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada; México; Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM; 1985, Pag. 64

La venta del sistema satelital mexicano suma otro paso más al proceso del sector de telecomunicaciones en el país, el cual ha pasado por varias etapas: competencia en telefonía celular (1989), subasta pública de Teléfonos de México (1990), *modificación del artículo 28 constitucional que excluyó el servicio satelital del manejo exclusivo del Estado* (1995), subasta de frecuencias del espectro radioeléctrico y concesiones para satélites de televisión directa al hogar o DTH (1996), y el inicio de la competencia en telefonía de larga distancia (1997).

En 1997, a 40 años del inicio de la era espacial, con el lanzamiento del Sputnik soviético, operaban ya, alrededor de 150 satélites en la órbita geoestacionaria, de los cuales el continente americano participaba con 65 – cerca del 30% del total -, de éstos, 48 eran satélites de los Estados Unidos, 7 de Canadá, 4 de Argentina, 3 de México y 3 de Brasil. En los tres primeros países los operadores son empresas privadas, mientras que en los dos últimos, estatales en proceso de privatización.¹¹¹

2. Criterios generales de la Ley Federal de Telecomunicaciones y principales rubros objeto de su regulación.

2.1 Criterios Generales:

- Confirma la rectoría estatal en materia de telecomunicaciones y el dominio que el Estado ejerce sobre el espacio radioeléctrico y las posiciones orbitales

¹¹¹ Pueden verse al respecto los datos publicados por FADUL GUTIÉRREZ, Ligia María y FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima, en Nexos, marzo de 1997, en la siguiente dirección electrónica: <http://www.nexos.com.mx/nexos/mar231/columna/c8.html>

asignadas por los convenios internacionales en la materia a México (art. 2). Los servicios públicos de telégrafos y radiotelegrafía están, de conformidad con el artículo 28 constitucional, reservados al Estado (art. 9).

- El espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicación y los sistemas de telecomunicación vía satélite, son considerados vías generales de comunicación (art 4). Por eso, tanto las vías como los servicios que a través de ellas se presten, están sujetos a la jurisdicción federal (arts. 5 y 6)

- Destacan entre los objetivos de la ley (art. 7):
 - Asegurar la rectoría estatal en el control y conducción de estas actividades para garantizar la soberanía nacional
 - Promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones
 - Fomentar la sana competencia entre los prestadores de servicios de comunicaciones y,
 - Promover una adecuada cobertura social.

2.2 Principales rubros:

La Ley Federal de Telecomunicaciones, regula fundamentalmente tres rubros:

- 1) El aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico
- 2) Las redes de telecomunicaciones y
- 3) La comunicación vía satélite.

También rige otros aspectos importantes comunes a los concesionarios y la operación de los servicios de telecomunicaciones, entre ellos: el establecimiento de un registro de telecomunicaciones; regula la requisa; permite bajo ciertas condiciones, la cesión de derechos de las concesiones y los permisos; y determina las condiciones de terminación y revocación de las concesiones y permisos.

Cabe señalar que las telecomunicaciones están sujetas también a un número importante de tratados y convenios internacionales que contienen disposiciones que afectan de manera directa su regulación en el ámbito nacional.¹¹²

3. La Radio y la Televisión en el contexto de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

La regulación de la radio y la televisión en México, ha sido objeto de múltiples discusiones y disquisiciones durante varias décadas, siendo opinión común de académicos, políticos y técnicos, el reconocimiento de la necesidad de adecuar el marco regulatorio de ambos medios a las nuevas circunstancias de la tecnología radiotelevisiva; la necesidad de replantear el régimen de concesiones que impera en el país, porque se encuentra bajo la potestad de un solo órgano de gobierno: el Poder Ejecutivo Federal; y la necesidad de crear una legislación que

¹¹² Puede verse al respecto la relación hecha por LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información; Op. Cit. Pag. 39 y 40

de manera efectiva, comprometa a los concesionarios para cumplir con las disposiciones referentes a la programación de ambos medios de comunicación.

Por eso, para quienes esperaban que con la Ley de Telecomunicaciones se verían satisfechas las inquietudes antes descritas, el contenido de ésta, resultó decepcionante, ya que en su artículo 13 establece que las concesiones y permisos para su uso, aprovechamiento y explotación de bandas de frecuencia distribuidas a los servicios de radiodifusión de radio y televisión abierta, y su programación, estarán sujetos a lo dispuesto por la Ley Federal de Radio y Televisión promulgada en 1960 y se señala a esta ley entre las normas supletorias de la Ley Federal de Telecomunicaciones (art. 8).

De lo anterior, se puede concluir que la reforma al artículo 28 constitucional y la creación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones realizadas en el inicio del gobierno Zedillista, obedeció a intereses que nada tuvieron que ver con el aspecto de la programación televisiva y el cumplimiento integral de la función social de este medio.

f) Los medios de comunicación masiva

El panorama general del régimen jurídico de los principales medios de comunicación social, es el siguiente:

1. Regulación jurídica de la prensa

La Legislación positiva mexicana en materia de prensa, se encuentra principalmente en la Ley de Imprenta y en el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas. Abarca cuatro grandes aspectos:

- 1) Desarrollo del contenido de las limitaciones constitucionales a la libertad de imprenta.
- 2) Formalidades administrativas que deben cumplir las imprentas
- 3) Control previo de la licitud de las publicaciones y,
- 4) Responsabilidad penal en la materia

2. Regulación jurídica de la radio y televisión

El marco jurídico vigente 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 del cuatro de abril de 1973, que serán analizados en el capítulo IV de este trabajo, desde la perspectiva de la llamada televisión violenta de nuestros días. A reserva de ese análisis, desde ahora se puede decir, que por la antigüedad de dicha legislación, muchas de sus disposiciones resultan anacrónicas y que en México, como en otros países, la evolución legislativa en esta materia, se ha dado a partir de disposiciones que regulaban exclusivamente los aspectos técnicos de la emisión de señales, hasta llegar a un régimen que intenta regular todos los aspectos involucrados en las

actividades relacionadas con la radio y la televisión;¹¹³ por eso, es válido plantearse en el momento actual, la conveniencia de que el régimen de concesiones existente, contemple otros aspectos adicionales a los meramente técnicos y económicos.

Los principales ordenamientos jurídicos relacionados con la Ley Federal de Radio y Televisión, son: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley de Vías Generales de Comunicación, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley General de Bienes Nacionales y el Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación.

2.1 Televisión por cable

Está regulada por el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable (RSTC), cuyo fundamento legal se encuentra en la Ley de Vías Generales de Comunicación (LVGC).

Su régimen de concesiones y permisos, tiene sus bases jurídicas fundamentales en la Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995, la cual deroga en lo conducente a la LVGC. A diferencia de lo establecido para la televisión abierta en la Ley Federal de Radio y Televisión, en la televisión restringida, aunque las concesiones se otorgan a personas físicas o morales de nacionalidad

¹¹³ Ibidem. Pag. 44

mexicana, se permite una participación de inversionistas extranjeros, de hasta un 49%.

El RSTC, fue expedido el 18 de enero de 1979, ha sido reformado en dos ocasiones – 18 de agosto de 1980 y 23 de agosto de 1993 -,¹¹⁴ y establece las disposiciones relativas a la construcción, instalación y operación de los servicios por cable.

Dos aspectos resultan interesantes:

1. El gobierno federal recibe el 15% de los ingresos mensuales de los concesionarios.
2. El contenido de la programación de la televisión por cable, se regula por las disposiciones aplicables de la LFRT y su reglamento.

3. Regulación jurídica del cine

La actividad cinematográfica, se encuentra regulada por la Ley Federal de Cinematografía del 29 de diciembre de 1992, que abrogó la ley anterior de 1949. Esta ley, propone como objetivos el fomento y desarrollo de la cinematografía nacional y promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación.

¹¹⁴ Ya desde entonces se permitió la inversión extranjera, en el marco de acuerdos del TLC con Estados Unidos y Canadá. Cfr. SOSA PLATA, Gabriel, "El marco Legal", en SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel; Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana; Ed. Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98; México, 1998; Pag. 219

El contenido de las películas y su clasificación, está regulado por las disposiciones aplicables del Reglamento de la LFRT.

g) El Régimen de responsabilidad

En México no se cuenta con un estatuto específico de responsabilidad civil y penal aplicable en materia de información, que ayude a clarificar los derechos y compromisos de cada uno de los sujetos que participan en la comunicación social.

Dentro de la misma jerarquía jurídica, existen garantías individuales eventualmente contradictorias - libertad de expresión y de prensa y derecho a la privacidad -, lo que hace necesario que sean reglamentadas por leyes secundarias que armonicen su ejercicio. Es razonable por tanto, que el Código Penal tipifique los delitos con los que puede lesionarse el bien jurídico protegido en la garantía relativa al derecho a la privacidad, prevista implícitamente en el artículo 16 constitucional, así como los de la moral y el orden públicos que establece la Constitución como límites a la libertad de imprenta, del mismo modo que en el Código Civil se establece el principio general de responsabilidad civil cuando se obre ilícitamente o contra las buenas costumbres, definiendo además, el llamado daño moral y el modo de reparación.¹¹⁵

¹¹⁵ Cfr. Arts. 200, 209, 350, 352, 356 y 357, del Código Penal para el D.F. en materia común y para toda la República en materia federal, relativos a los delitos de ataques a la moral pública, ataques al orden o a la paz pública, difamación o injurias y calumnia y los artículos 1010, 1915 y 1916 bis del Código Civil.

C) MORAL Y DERECHO: REALIDADES DISTINTAS QUE NO SE EXCLUYEN

a) Moral y Derecho

Para algunos juristas, el derecho y la moral son órdenes normativos distintos y excluyentes, posición con la que no es posible concordar si se toma en cuenta que la moral puede operar como sistema de normas dentro del orden jurídico, - por ejemplo, cuando la ley positiva invoca el orden moral como límite de derechos¹¹⁶ - y por otro lado, que ha sido una constante a lo largo de la historia, que el derecho ha tutelado los valores éticos. Lugo Verduzco llega a afirmar que en rigor, "los valores éticos están consignados en el derecho", ¹¹⁷ lo cual es observable en los distintos ordenamientos jurídicos a partir de las normas Constitucionales, a las que toda ley secundaria ajusta su contenido.

Quienes afirman que la ética o moral, está desvinculada del derecho, ignoran que justamente el cumplimiento del derecho supone una conexión entre éste y la moral, dada la especial fundamentación de los derechos humanos en consideraciones morales y el hecho de que la moral apoya y guía la obediencia del derecho.¹¹⁸

¹¹⁶ Tal es el caso del derecho de la información y las libertades que le son inherentes, sobre las que la ley invoca al orden moral como límite de su ejercicio. Cfr. Art. Seis y siete de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

¹¹⁷ LUGO VERDUZCO, Adolfo; "La ética en el servicio público", en Los valores en el derecho mexicano, Coord, GARCÍA RAMÍREZ, Sergio, Op. Cit. Pag. 223

¹¹⁸ Cfr. BEUCHOT PUENTE, Mauricio, O.P.; Los derechos humanos y su fundamentación filosófica; México; C.F.C., Universidad Iberoamericana, ITESO; 1997, Pag. 40

Moral y Derecho, son dos órdenes relevantes en la filosofía jurídica, encaminados ambos a la regulación de la conducta humana. La afirmación de que su contenido y fines son diferentes, no es absolutamente exacta puesto que existen puntos de coincidencia. Así, es posible observar que el derecho además de estar impregnado de una cierta fraseología moral,¹¹⁹ frecuentemente recurre a principios éticos para resolver la problemática que día a día se presenta en la sociedad en la que se desenvuelve. Ahora bien, las normas morales que de alguna manera han compenetrado en el ámbito de los sistemas jurídicos, no han logrado tal vigencia por su carácter moral o valor ético, sino precisamente porque una norma del sistema jurídico hace referencia a ellas. Es importante dejar claro que la moral no se transforma en derecho ni el derecho se transforma en moral, pero que se trata de órdenes normativos que se apoyan mutuamente.

La relación fundamental entre moral y derecho se expresa en la siguiente máxima: "Aquello que es deber es siempre derecho; y no puede ser deber aquello que no sea derecho"¹²⁰

Partiendo de la noción de justicia también se pone de manifiesto la relación entre moral y derecho con la siguiente argumentación: si la justicia es una virtud y su objeto es el derecho, como toda virtud hace bueno el acto y al que lo realiza, es evidente que el derecho es también moralmente bueno.

¹¹⁹ Puede verse al respecto la selección de 381 máximas jurídicas que así lo evidencian, realizada por SOBERANES FERNÁNDEZ, José Luis, en "Los valores jurídicos en la historia", publicado en la obra colectiva Los valores en el derecho mexicano; Coord. GARCÍA RAMÍREZ, Sergio; México; UNAM, F.C.E.; 1997.

¹²⁰ Citada por BARROSO ASENJO, Porfirio; en Límites constitucionales al derecho de la información; Barcelona, España; Ed. MITRE; 1984; Pag. 12

Aceptar la existencia del orden moral, es lo mismo que reconocer la existencia de los derechos humanos, puesto que éstos se fundamentan en la naturaleza humana, misma que está “cargada de exigencias éticas.”¹²¹

La ley natural – que encierra moral y derechos humanos -, no es un conjunto de prescripciones de la razón, sin referencia a la naturaleza humana. Por el contrario, “la ley natural manifiesta en forma de deber, las exigencias naturales del ser del hombre”¹²² que se pueden resumir en la obtención de sus fines naturales, esto es, la realización del individuo y el desarrollo humano de la sociedad.

De no aceptarse lo anterior, los derechos humanos serían algo completamente ilusorio, pues a pesar de su positivación, pueden des-positivarse y cancelarse, y entonces, no habría modo posible para defenderlos contra eso.

Entre la moral y el derecho pueden establecerse además de las relaciones mencionadas, ciertas diferencias: autonomía y heteronomía, interioridad y exterioridad, unilateralidad y alteridad, coercibilidad e incoercibilidad.¹²³

¹²¹ BEUCHOT PUENTE, Mauricio; Los derechos humanos y su fundamentación filosófica, Op. Cit. Pag. 49

¹²² HERVADA, Javier; Introducción crítica al derecho natural; 1ª. Edición mexicana; Editora de Revistas, S.A. de C.V., 1985; pag. 144.

¹²³ Descripción detallada de relaciones y diferencias puede encontrarse en LEGAZ Y LACAMBRA, Luis, en Filosofía del Derecho, RECASENS SICHES, Luis; en Tratado General de Filosofía del Derecho: Vida humana, sociedad y derecho e Introducción al estudio del derecho y VILLORO TORANZO, Miguel; en Introducción al estudio del derecho.

Cuatro puntos resumen la tesis dominante sobre la relación entre Derecho y Ética:

1. No existe separación entre ética y derecho
2. Sí hay, en cambio, distinción entre ambos
3. Hay conexión e interrelación entre ética y derecho
4. El derecho está subordinado a la ética

Para lograr una televisión de calidad y solucionar problemas como el exceso de la violencia televisada, resulta obligada la referencia a la ética, por lo que reconocer la existencia de un ordenamiento moral y su conexión con el derecho, es punto clave en el desarrollo de esta tesis.

b) La Ética y el Derecho con relación a la comunicación social y sus medios.

El campo roturado por el *ethos* informativo, - el *ethos* de la comunicación social -, interesa al Derecho de la Información, por la legitimidad que alcanza el derecho cuando entronca bien con la ética y también, por la dificultad que supone muchas veces regular la comunicación social con normas jurídicas, lo cual confiere a las soluciones éticas una mayor adecuación. Actualmente, en las discusiones sobre el régimen legal de los medios, un tema siempre presente además de la regulación de sus formas de propiedad, es "la responsabilidad social, política, cultural, e incluso moral, de los medios de información y de los

informadores que trabajan para ellos”,¹²⁴ asunto que no siempre puede resolverse con legislaciones nuevas o más exigentes.

Hay un círculo de flujos y reflujos entre el *ethos* informativo y el Derecho de la Información, cuya dinámica está presidida por el postulado de la realización de la justicia. La interacción significa, en términos técnicos, que hay un proceso continuo de positivación de normas éticas y también una fase de experimentación ética de los nuevos problemas, antes de llegar a su positivación en el Derecho de la Información. Esto llevó a Terrou a afirmar en 1973:

“...el Derecho de la Información no comporta sólo las reglas establecidas por el poder público, legislativo, ejecutivo o judicial; sino que está formado también - en cuanto ordenamiento -, por todas las reglas profesionales de origen convencional, o que hayan sido establecidas y sancionadas - de acuerdo con la ley - por instituciones libremente establecidas por la profesión. Este es el caso de los Códigos de ética profesional periodística o de consejos de prensa”.¹²⁵

Frente a la televisión mexicana y el manejo en ella de fenómenos como la violencia y la pornografía - puede considerarse a esta última, como una forma de violencia -, aparece un derecho envejecido e inoperante, con importantes lagunas, que contribuye muy poco al logro de la función social de este medio de comunicación y a la realización de la justicia en la actividad informativa. Junto a

¹²⁴ TREJO DELARBRE, Raul. ; Op. Cit. Pag. 9

¹²⁵ Citado por DERIEUX, Emmanuel en Cuestiones ético jurídicas de la información. Trad. Carlos Soria, EUNSA, 1983, Pamplona, España, Pag. 17

esto, se puede observar también, una ausencia total de códigos éticos y sistemas de autorregulación de los medios.

Tal situación, obedece por un lado, a intereses políticos del gobierno, que mantiene de esa manera, cierto control sobre los medios – piénsese en el sistema vigente de concesiones -; y por otro, a la oposición que ejercen frente a la regulación de la comunicación social, tanto las empresas informativas y sus profesionales, por temor a represiones o limitaciones a la libertad de expresión, como los dueños de los consorcios televisivos, por temor a ver afectados sus intereses económicos: si la ley exigiera eficazmente ciertos mínimos de calidad en los contenidos de la televisión, ésta tendría que esforzarse más para no recurrir al sistema fácil y barato de atracción de auditorio a través de la violencia, sexo y zafiedad que hoy por hoy, inundan la pantalla televisiva.

La periodista Consuelo Álvarez de Toledo, Defensora del telespectador de Antena 3 de la televisión española, resaltó recientemente en una mesa redonda celebrada en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, que "sólo la BBC, una cadena canadiense y una neozelandesa, tienen código deontológico. En el resto, sólo existen pequeñas referencias a cuestiones como la protección de la infancia o los abusos por razones de sexo".

La ausencia de códigos éticos y de convenios autorregulatorios, pone de manifiesto la falta de responsabilidad de los medios, para actuar voluntariamente en favor del interés público.

c) Moral y violencia televisiva.

La violencia, al igual que la pornografía, es considerada como un límite en la moral informativa;¹²⁶ pero en el caso de la violencia, existe una especial dificultad: así como los moralistas llegan a ponerse de acuerdo acerca, no sólo de la pornografía, sino de la obscenidad, se muestran escépticos ante una pretendida norma universal que resuelva todos los problemas de violencia que hay que evitar en la información. No obstante, el rechazo a la violencia es más universal, porque a diferencia de la pornografía, que puede tener apariencia sensitivamente atractiva,¹²⁷ la violencia, de entrada, produce un sentimiento de rechazo en el sujeto receptor, a menos que esté insensibilizado por habituación, o padezca alguna anomalía psicológica que lo lleve a gozar con las escenas de violencia.

Por otro lado, la violencia, pese a ser un hecho reprobable en sí, puede bajo ciertos supuestos, ser representada y presenciada sin que esto sea inmoral, para cuya determinación, habría que considerar los siguientes puntos: ¹²⁸

1ª La representación de situaciones violentas con apariencia de normales, o las de violencia psicológica – como vejaciones, humillaciones, situaciones inhumanas, etc. -, son a la larga, más dañinas en profundidad.

¹²⁶ Cfr. DESANTES GUANTER; Op. Cit. Pag. 241

¹²⁷ Mucho del llamado "cine de arte" actual, muestra contenidos abiertamente pornográficos.

¹²⁸ Cfr. DESANTES GUANTER; Op. Cit. Pag. 242 – 243

2º La violencia no debe herir sentimientos del hombre, ni producir choques psicológicos que dejen en él su huella. Por esta razón, las medidas cautelares han de variar conforme a la edad, la formación, la salud, la sensibilidad, etc., del receptor. ¹²⁹

3º La representación de la violencia puede servir como vacuna para rechazarla, pero por esa misma razón, al igual que con las vacunas, se tiene que cuidar la dosis para que la inoculación no produzca daños difícilmente reparables.

4º La representación de la violencia puede utilizarse como ejemplo ponderado de lo que no debe hacerse, destacándolo expresamente o dejando claro en la representación, el valor negativo de los actos violentos.

5º La propagación de la idea de violencia, que suponga una incitación a ella, bajo cualquier forma que adopte, es reprobable.

Por tanto, no pueden justificarse moralmente fenómenos como el sensacionalismo dentro del ámbito periodístico, ni las representaciones de violencia extrema o de la violencia como recurso eficaz para resolver problemas o lograr metas vitales, en otro género de programación.

Gracias a los estudios existentes sobre los efectos de la violencia televisiva, se dispone actualmente de mejores elementos para una adecuada valoración.

¹²⁹ Por eso es importante contar con un buen sistema de clasificación de programas de acuerdo a sus contenidos, formas eficaces de información sobre ello para el público televidente y barras horarias de transmisión, que ofrezcan un mínimo de protección para los menores .

d) Responsabilidad de los medios de comunicación social respecto de la sociedad

Los medios de comunicación tienen una responsabilidad concreta ante la sociedad: brindarle un servicio acorde a la dignidad de la persona humana. No son una simple red de comunicación física como podrían ser las carreteras, en las que unas buenas condiciones técnicas son suficientes para garantizar la prestación de un servicio de calidad. En el capítulo anterior quedó clara la naturaleza de la comunicación social y sus efectos en el individuo, la cultura y la sociedad, en cuanto a la formación de hábitos de consumo, estilos de vida, valores adoptados, interpretaciones y percepciones de la realidad, etc., siendo un consenso general que "a la industria de los medios de comunicación le corresponde en nuestra sociedad una función de portadora de los valores sociales, culturales y éticos, con independencia de la tecnología utilizada para llegar al consumidor."¹³⁰

Se puede afirmar que precisamente por la gran influencia social de los medios de comunicación, su responsabilidad es enorme. Pese a ello, lo más frecuente son las manifestaciones de irresponsabilidad de su parte y la casi nula acción de la sociedad para exigir sus derechos, así como las escasas vías efectivas para poder hacerlo.

¹³⁰ Libro verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación, Pag. 1, que puede consultarse en la siguiente dirección electrónica: <http://www.info2000.csic.es/midas-net/docs/lvmedia/introduc.htm>

En este sentido, escribe Trejo Delarbre: “¿Qué les pasa a los medios de información? ¿Se consideran más allá de los poderes? ¿Se han ensoberbecido ante su enorme influencia?... Por donde quiera pueden hallarse muestras de su actuación irresponsable. En Inglaterra publican conversaciones íntimas de la familia real, en Estados Unidos la deificación de la violencia es cotidiana, en México la ausencia de pluralismo suficiente –también en los medios – es el principal dique para la democracia, en Francia un ex primer ministro se suicida ante el acoso de los medios.”¹³¹

Es llamativo el hecho de que los medios de comunicación sean tan agresivos para examinar el desempeño de los distintos actores sociales y políticos y no lo sean con ellos mismos. Piden no ser regulados jurídicamente, ni ser objeto de censura alguna, pero no ofrecen a cambio una actitud responsable de compromiso con la sociedad.

La solución óptima no parece ir por la línea de una regulación exhaustiva sobre los contenidos televisivos y de los distintos medios, sería suficiente con la delimitación de los alcances constitucionales de las libertades de expresión e información, pues las leyes deben ofrecer un amplio manto de libertad y seguridad, para que las personas puedan realizar sus proyectos de vida de acuerdo a sus propias circunstancias y posibilidades.

¹³¹ TREJO DELARBRE; Op. Cit. Pag. 7

La solución entonces, parece estar en la línea de la libertad comprometida. Es en la libertad donde se aprende a ser responsable. Los medios de comunicación necesitan contar con una amplia libertad de acción, pero también con unos límites mínimos que garanticen el respeto a la moral, los derechos de terceros y el orden público, imprescindibles para la seguridad social y jurídica.

Frente a ese mínimo normativo legal, aparece como necesaria la *autorregulación de los medios* como manifestación de su sentido de compromiso en la realización de una actividad que es de interés público.

Que la industria de la información no tome medidas por su propia iniciativa, conduce a una creciente crítica ante su irresponsabilidad y a la necesidad de adoptar medidas legislativas que en forma supletoria den repuestas a la propia sociedad - eventualmente en perjuicio de la libertad -, para privilegiar la idea de seguridad.

Desde ese contexto, centrando la atención en el caso de la televisión, se puede vislumbrar, que el difícil ajuste de ese medio, al ideal de servicio a la sociedad, puede encontrar un importante apoyo en:

- El establecimiento de convenios de autorregulación de las cadenas televisivas,
- La prestación de ese servicio por parte del mismo Estado,

- El apoyo estatal a la televisión privada, mediante estímulos fiscales, fondos económicos para la investigación, etc. que fomenten en ella el desarrollo de una programación de calidad.
- La participación activa de la sociedad a través de nuevos cauces que le permitan exigir y colaborar en el cumplimiento del servicio que le corresponde a la televisión estatal y privada.

e) Una Televisión con ética: clave para obtener una programación de calidad.

Partiendo de la idea de que en un Estado democrático de derecho, el sentido teleológico de la televisión debe consistir en un servicio público a favor del interés general, la televisión debe brindar información de interés general, con veracidad e imparcialidad y ofrecer una variedad de programas de cultura, educación y entretenimiento, capaces de interesar y mejorar a la sociedad en su conjunto, es decir, deberá ofrecer una programación con contenidos de calidad. Esa tónica de servicio público de la actividad televisiva, es tal, no sólo por la función pública que desempeña a causa del impacto que produce en la conducta social y formación ciudadana, sino también por el hecho de que la televisión, para existir, requiere del uso constante del espacio aéreo, que se ha reivindicado como propiedad pública, que en México es llamada de la “nación”.

Pero, ¿en qué consiste una televisión de calidad? ¿es posible conseguir la calidad sin la ética de los contenidos?

La televisión en México además de brindar un servicio público, es una actividad comercial, razón por la que necesariamente debe ser rentable, lo cual es bueno y acorde a la naturaleza de una empresa comercial. Sin embargo, las dos empresas nacionales de televisión abierta existentes, han reproducido fórmulas extranjeras “exitosas” de hacer televisión, tomado sólo algunos aspectos y dejando de lado lo mejor: los esfuerzos por lograr no sólo una televisión rentable, sino también de calidad. Así, se ha logrado una televisión nacional muy productiva económicamente pero sin ética, que no brinda al televidente productos socialmente de calidad.

Sin una actitud ética, es imposible que los profesionales de la televisión y la actividad publicitaria, se propongan ofrecer un producto no sólo técnicamente bien cualificado, sino digno de la persona humana.

Sobre la base de que las normas éticas aplicables en otros campos de la actividad humana, son aplicables también a la comunicación social, pueden mencionarse algunos principios éticos fundamentales en este ámbito ¹³² :

1. La persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de personas a personas, con vistas al desarrollo integral de las mismas.

¹³² Cfr. “Ética en las Comunicaciones Sociales”; No. 21 a 25; Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales; Roma, Italia; 2000.

2. El bien de las personas no puede realizarse independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen.
3. Es necesaria una participación organizada, sistemática y auténticamente representativa, en la elaboración de decisiones sobre la política de las comunicaciones, para evitar desviaciones a favor de grupos particulares.
4. La libertad de expresión es un derecho prioritario, que no constituye sin embargo una norma absoluta e irrevocable.
5. Tanto los comunicadores como los usuarios de la comunicación, tienen deberes éticos.

El reto de la televisión mexicana, es conseguir que este medio de comunicación genere rentabilidad económica y rentabilidad social. Para esto, habrá que destruir mediante acciones concretas, el mito que hace ver a los contenidos éticos o televisión de calidad, como los principales enemigos de la rentabilidad económica. Ser éticos y rentables, puede ser perfectamente compatible.

Varias de las más grandes empresas de Estados Unidos,¹³³ que entre todas suman buena parte de la inversión publicitaria en televisión, decidieron aunar esfuerzos para que las cadenas televisivas emitan más programas aptos para la

¹³³ *Johnson & Johnson; Procter & Gamble; AT & T ; Coca-Cola; Ford; General Motors; IBM; McDonald's; Nestlé; Pfizer; Sears o Wendy's.*

familia. Se trata, dicen, de tener más posibilidades de anunciarse sin patrocinar sexo, violencia o diálogos soeces. La iniciativa surgió en 1998, cuando diez empresas formaron una coalición para estar en sintonía con sus principales clientes: las familias. Robert Wehling, de *Procter & Gamble*, hizo la siguiente declaración: “nosotros no pretendemos quitar posibilidades a los espectadores o a los demás anunciantes: simplemente pedimos que se amplíen las nuestras”. Con ese fin, las empresas aliadas han decidido crear unos Premios a la Programación Familiar, que estarán patrocinados también por otras tres organizaciones: el Consejo de Publicidad, La Federación Americana de Publicidad y la Asociación Americana de Agencias Publicitarias.

1. Intentos de dotar de ética a la Televisión Mexicana

1.1 Acciones concretas de RTC

1.1.1 La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, unidad administrativa encargada de ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría de Gobernación en materia de televisión, con la creación de su página *web*, aporta entre otros, los siguientes elementos positivos:

- Dar a conocer con toda claridad las funciones que le corresponden
- Abrir un espacio donde el público televidente puede hacer llegar sus observaciones y comentarios sobre la programación

- Brindar orientación sobre los contenidos de la programación infantil en la televisión abierta en red nacional, clasificando los programas, del siguiente modo:

Excelente: apta para todo público

Buena: puede contener escenas y lenguaje complicados para niños menores de 10 años.

No recomendable: contiene escenas violentas y lenguaje no apto para niños.

Sin embargo, resulta contradictorio que diez de los programas autorizados por RTC, para transmitirse en una barra horaria propia para niños, sean señalados como No Recomendables por esa misma dependencia.¹³⁴

1.1.2 De forma permanente, se realizan evaluaciones sobre las preferencias televisivas de los niños y distintos grupos de telespectadores, estudios de opinión, investigaciones sobre los efectos de los mensajes televisivos, análisis de la programación de los distintos canales, etc.¹³⁵

¹³⁴ Nuevas aventuras de Robin Hood; Bestias de Guerra; Hércules; Sheena; Jumanji; Simbad; *Sailor Moon Supers*; La niñera; Ranma y ½ y Dragon Ball Z. Cfr. <http://www.rtc.gob.mx/ninos/que> ; febrero del 2000.

¹³⁵ Que pueden ser consultadas en el Centro de Referencias del Archivo General de la Nación. (Cfr. Carlos Salinas de Gortari; Secretaría de Gobernación; Subdirección de Pautas y Estrategias; N. 10097; clave: 04.01.02.00; Caja 2; Exp. 10. N. 10083; clave: 04.01.02.00; Caja 1; Exp. 01; N. 10105; clave: 04.01.02.00; Caja 3; Exp. 04.)

Lamentablemente, la información obtenida de tales actividades, no incide de forma efectiva en las prácticas cotidianas de la industria televisiva y por tanto, en la mejora de la calidad de sus programas.

1.2 Canal Zas de Multivisión

Dentro de la televisión restringida, el canal Zas se ha destacado por ser congruente con uno de los lemas más difíciles de cumplir en la televisión actual: “Un canal sin violencia”.

Con la manifiesta intención de entretener educando, este canal es reconocido entre los televidentes nacionales y extranjeros como un canal no violento, que ofrece una alternativa de televisión formativa, cuyos contenidos armonizan con los criterios de la familia latinoamericana, que puede constatar el carácter amable de su programación nocturna.

PERFIL DEL CANAL ZAS: ¹³⁶

Fecha de inicio:	Octubre de 1991
Tipo de programación:	Dibujos animados, series familiares, películas, especiales.
Tipo de auditorio:	Todo público. Principalmente infantil.

¹³⁶ Cfr. <http://www.mvs.com.mx/programacion/zas>

Idioma:	100% español
Horas de transmisión:	24 horas al día
Frecuencia en MVS:	6 ó 46
Origen de la programación:	Adquisición de derechos y producción propia.
Cobertura:	América Latina

Se trata de una iniciativa interesante, porque consigue la síntesis entre la rentabilidad social y la económica.

1.3 Ética publicitaria

En 1987, surgió como iniciativa de AMAP - Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad -, un código de ética publicitaria, del que más tarde se elaboraría un reglamento. Apoyado por el Consejo Nacional de la Publicidad (CNP) quiso ser un instrumento de autorregulación que rigiera la industria publicitaria, pero hasta hoy, continúa siendo un proyecto de autorregulación inoperante. Diez años después, en 1997, apareció el Consejo de Autorregulación y ética publicitaria como un intento más de dotar de ética la actividad publicitaria en los medios de comunicación social.

1.4 La Información electoral.

Para que una democracia funcione adecuadamente, es indispensable que la ciudadanía disponga de la información necesaria para emitir su voto. Resulta

obvio que en las sociedades contemporáneas, los medios de comunicación son el principal vehículo para proporcionar tal información y aparecen de inmediato, los siguientes cuestionamientos éticos: ¿debe dejarse actuar a los partidos políticos y los medios de comunicación en completa libertad? o ¿es necesaria la intervención del Estado para asegurar la equidad y objetividad en la información electoral? En México, la respuesta ha sido un tanto vacilante y el marco legal está aún en evolución.

El artículo 41 Constitucional establece que los partidos políticos tendrán derecho a usar en forma permanente los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley. Estas formas y procedimientos, han sido objeto de un intenso debate, para lograr un equilibrio entre la libertad de expresión y la equidad en el acceso y uso de los medios masivos de comunicación durante las campañas electorales. Los puntos cruciales del debate, son:

- El tiempo gratuito otorgado por el Estado a los partidos, en radio y televisión.
- Las condiciones de acceso a los medios por los partidos y,
- La conducta de los medios frente a los distintos partidos.

Son obligaciones de los partidos políticos, difundir "en los tiempos oficiales que les corresponden en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, la

plataforma electoral que el partido y sus candidatos sostendrán en la elección de que se trate”¹³⁷

Para lo anterior, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), establece en su artículo 44 que del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, cada partido político tendrá gratuitamente 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios. Además, participará de manera conjunta en un programa especial que se transmitirá dos veces por mes. Durante los periodos electorales, la duración de las transmisiones será mayor para cada partido, en forma proporcional a su fuerza electoral. Sin embargo, el código no precisa en qué proporción será mayor el tiempo destinado a los partidos.

La producción y difusión de los programas está a cargo de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y de la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral.

El artículo 48 del COFIPE contiene las bases sobre las que les es dado a los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir sus mensajes.

El aspecto más delicado en materia de propaganda electoral, es la actitud de los medios de comunicación respecto de los partidos políticos. El artículo 48,

¹³⁷ Artículo 38, fracción j, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

fracción 10 del COFIPE, señala que el director ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos debe reunirse a más tardar el 15 de diciembre del año anterior a la elección, con la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral (IFE), y la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión para sugerir los lineamientos aplicables en los noticieros respecto de la información de campaña de los partidos. En la realidad, debido a las tendencias monopólicas que se observan en la televisión mexicana, la aplicación de estos lineamientos ha sido uno de los aspectos más controvertidos en las contiendas electorales.¹³⁸

Los estudios realizados durante los seis primeros meses de 1994, demostraron una distribución profundamente inequitativa del tiempo de los medios a favor del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Ante tal situación, el Consejo General del IFE, tomó un acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de julio de 1994, en el cual se recomendó a los medios de comunicación que informaran de manera veraz, objetiva, equilibrada, plural y equitativa respecto de las actividades de campaña de los partidos y que, en los noticieros de radio y televisión, se respetara el derecho a la información conforme a los lineamientos generales expedidos por el IFE.

¹³⁸ El ejemplo más vivo de esta cuestión tuvo lugar durante las elecciones presidenciales de 1994 y está documentado ampliamente en CARPIZO, Jorge, "La Reforma Federal Electoral de 1994" y MAGAR, Eric y MOLINAR HORCASITAS, Juan; "Medios de Comunicación y Democracia"; ambos en ALCOCER, Jorge, (Comp.); Elecciones, Diálogo y Reforma; México; Nuevo Horizonte, Ediciones-CEPNA; 1995; Vol. 2, pp. 63-71 y 125-142.

Ante la respuesta poco positiva de los medios, el mismo Consejo General del IFE, emitió otra exhortación el 20 de julio, en la que demandó a los concesionarios de radio y televisión equidad en la cobertura de campaña en los medios. Por último el 6 de agosto, tomó un acuerdo que intentaba armonizar la libertad de expresión y el derecho a la intimidad.¹³⁹

Los esfuerzos realizados, dieron como resultado una mejoría en la distribución del tiempo dedicado por los medios a los distintos partidos políticos. Sin embargo, el PRI ocupó más de la tercera parte del tiempo total en radio y televisión. Indudablemente, un manejo ético de la información electoral en televisión, supone una mayor pluralidad en el medio y no un control de la información misma.

En las elecciones presidenciales del 2000, se logró una sensible mejoría en este sentido, independientemente de las sustanciales carencias percibidas en las campañas de los distintos partidos, en su obligación de difundir el contenido de sus respectivas plataformas electorales.

f) Censura y control

El término censura, es un término desprestigiado, totalmente descalificado, al que se ha cargado de una significación negativa que despierta automáticamente un sentimiento de repulsa. Alfonso López Quintás, en su libro *"El*

¹³⁹ Cfr. LÓPEZ AYLLÓN; Derecho de la Información; Op. Cit. Pag. 31.

secuestro del lenguaje", explica la manipulación de que se ha hecho objeto al hombre de nuestro siglo, al inocular en su espíritu, la idea de que toda posible censura, se opone frontalmente a todo tipo de libertad. Al presentarse como opuesto a la libertad, el término censura queda enfrentado a varios vocablos prestigiosos y emparejado con otros cargados de valor negativo:

libertad	-	coacción
libertad	-	censura
libertad	-	opresión
apertura	-	oclusión, cerrazón
amplitud	-	angostura
liberalidad	-	tiranía
tolerancia	-	represión
independencia	-	sumisión
autonomía	-	heteronomía

Si se toma el guión que separa los términos, como signo de oposición, el término censura queda fuera del ámbito de la libertad y desplazado al campo en que florece la coacción, la opresión, la cerrazón, la represión, etc. Es comprensible que en tales condiciones, se rechace la idea de censura.

Sin embargo, esto no sucede con el término control, pese a su aparente afinidad con el vocablo censura. Cualquier hombre socialmente comprometido,

afirma sin reparo alguno que se requiere un control cada vez mayor de los alimentos, pero se guarda muy bien de propiciar la censura, que no es en definitiva, sino una forma de control sobre los alimentos, que la sociedad ofrece al espíritu de las gentes.

Esta aparente incoherencia, es del todo lógica, si se analizan los esquemas en los cuales dichos términos juegan su juego expresivo y adquieren su verdadero sentido: la censura suele ser interpretada como una medida opuesta a la libertad de expresarse sin traba alguna, lo cual constituye la libertad de maniobra. El control de alimentos, no se opone a libertad sino a fraude y el fraude a su vez, se enfrenta a la libertad de los ciudadanos para cuidar su salud. Tenemos con esto el siguiente esquema:

Libertad de maniobra	-	censura
Control de alimentos	-	fraude
Libertad para cuidar la		
salud	-	fraude

Los manipuladores no destacan que la libertad opuesta a censura es la libertad de maniobra, que es sólo uno de los diversos modos de libertad posibles, tampoco advierte sobre el hecho de que la libertad de maniobra, cuando actúa de forma arbitraria, implica el riesgo de exponer al hombre – sobre todo al joven -, a experiencias que anulan de raíz la libertad para la creatividad. Por tal razón, es difícil descubrir que la censura, no se opone a todo tipo de libertad, sino a la de

maniobra y que al ser ésta en ocasiones, obstáculo para la creatividad, la censura es algo que puede favorecer la creatividad.

Conceder libertad de maniobra a las gentes, puede suponer un fraude, pues se hace pasar una forma precaria de libertad por la forma auténtica, la más lograda, que es la *libertad para la creatividad*, la única que hace al hombre verdaderamente libre. Sólo la verdad hace libre al hombre, y la verdad del hombre, ser de encuentro, es la entrega a la actividad creadora. Así, al quedar emparejados los términos libertad de maniobra y fraude, los esquemas antedichos sufren una alteración sensible:

Libertad de maniobra	-	censura (<i>control de calidad de los alimentos del espíritu</i>)
Libertad de maniobra	-	libertad creadora
Fraude	-	control de alimentos

Esta sucesión de esquemas pone de manifiesto, al emparejar "libertad creadora" y "censura", que ésta, rectamente entendida, no se opone a todas las formas de libertad, sino a las que pueden menguar o anular la libertad para la creatividad, a la cual, favorece.

Por último, señala López Quintás, cómo la censura interior, impuesta libremente por cada uno a sus propios actos, a la luz de una idea clara de lo que debe entenderse por libertad de expresión, puede favorecer la selectividad, porque

la autocrítica no vulnera la libertad de acción, sino que la hace selecta. El que tiene soberanía espiritual para poner límites a su poder expresivo, actúa con un criterio de selección: prefiere expresar sólo lo justo a desbordarse sin límite, concede primacía a la calidad sobre la cantidad.¹⁴⁰

g) ¿Debe controlarse la emisión de violencia en la televisión y la calidad de sus contenidos en general?

Un argumento sostenido por los empresarios de la televisión, para evitar cualquier intento de censura o control sobre los contenidos televisivos, ya sea por la vía de la regulación jurídica, de la autorregulación o de algún tipo de mecanismo técnico, consiste en el hecho de que el televidente tiene en sus manos la decisión de ver o no determinados programas, mediante la opción de apagar el aparato televisor.

Tal argumento, en realidad es un sofisma a la luz de los razonamientos expuestos por Ernesto Villanueva¹⁴¹:

1. El producto televisivo carece, de entrada, de la obligación de cubrir con las normas de calidad de los productos comerciales aplicadas por la Secretaría

¹⁴⁰ Cfr. LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso; El secuestro del lenguaje. Tácticas de manipulación del hombre; Asociación para el progreso de las Ciencias Humanas; Madrid, España; 1987; Pag. 257-261

¹⁴¹ Cfr. la siguiente dirección electrónica: <http://www.etcetera.com.mx/colab/ve0255.htm>

de Comercio, sin cuyo cumplimiento no pueden ser comercializados al público.¹⁴²

2. El producto televisivo, a diferencia de los demás productos comerciales, carece de garantía, razón por la cual no puede ser sustituido ni compensado de otra forma.
3. El producto televisivo se encuentra dentro de la casa y el televidente debe aceptar, de buena o mala gana, los contenidos que unilateralmente le son proporcionados, toda vez que la decisión de apagar o no el televisor, es como decidir entre tener teléfono o no tenerlo.

Podría decirse contra lo anterior, que el televidente no paga nada a cambio del producto televisivo como lo hace por cualquier otro producto comercial, además de lo inexacto de tal afirmación, es aquí donde cobra importancia la concepción de la actividad televisiva como servicio público y la forma en que éste debe prestarse, así como el derecho del Estado a establecer las condiciones mínimas de calidad que ha de cubrir el concesionario para obtener y mantener una concesión en este ramo, pues está haciendo uso de un bien propiedad de la Nación.

Después de tales consideraciones, ante la pregunta sobre si se debe controlar la emisión de violencia en la televisión o no, habrá de responderse que si los contenidos violentos van en detrimento de la calidad de los programas televisivos,

¹⁴² A nadie se le ocurre por cierto, eliminar esas disposiciones por considerarlas una censura que lesione la libertad de los comerciantes.

lesionan la moral o existen evidencias sobre posibles efectos negativos de la exposición del auditorio a ella, será del todo necesario llevar a cabo ese control. ¿Cuál es el mejor modo de hacerlo? es una cuestión más difícil, a la que se darán varias respuestas en el capítulo V de esta tesis, dando especial importancia a la protección de los menores.

La preocupación por la infancia y la juventud, es un claro indicador del desarrollo alcanzado por un país, ya que depende de una serie de factores científicos y culturales – evolución histórica del concepto de infancia, conocimiento de aspectos biológicos y psicosociológicos de la infancia y la juventud y de los modelos a seguir por niños y jóvenes, etc. -, a los que un país menos desarrollado no tiene acceso.

El interés por el tema, ha sido creciente en los últimos años. En México los derechos de los niños y la violencia intrafamiliar son actualmente, objeto de estudio y acción constantes. Establecer medidas eficaces de protección para este sector de la población, frente a los medios de comunicación, es un aspecto clave en la actualización de la legislación en materia de comunicación social del país.

D) ESTADO Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Los medios masivos de comunicación, como ya se dijo, tienen una función pública que realizar. El Estado no puede por tanto, permanecer al margen de su manejo; por el contrario, ha de procurar en lo que a televisión se refiere, que este medio preste eficazmente el servicio público que le corresponde en favor del

interés general. Esto implica que el modelo que rija la televisión – pública o privada -, atienda las necesidades específicas de los ciudadanos, a diferencia de la *TV privada* actual, cuya atención principal son los anunciantes, o la *TV gubernamental* que es definida por el interés de los funcionarios públicos. Si a este hecho se agrega que la televisión emplea para la propagación de sus mensajes el espacio aéreo que es propiedad de la nación, resulta natural que la nación misma, representada por el Estado, tenga una intervención activa en la orientación de este medio. La televisión mexicana podría ser un recurso estratégico para el desarrollo social del país, pero está muy lejos de serlo por la carencia que tiene para regirse, de criterios más amplios que los meramente comerciales y por la desvinculación existente entre la realidad nacional y la información que en ella se presenta.¹⁴³

Corresponde al Estado impulsar la gestación de una televisión respetuosa de la dignidad humana, promotora del desarrollo social y tendiente al fortalecimiento de las libertades y el desarrollo democrático.

a) Política del Estado Mexicano en materia de radio y televisión

“México no ha podido decidir como utilizar sus medios de información masiva”¹⁴⁴ afirmación que hace Fátima Fernández al explicar cómo, desde los inicios de la radiodifusión en México, distintos factores han llevado al Estado

¹⁴³ Cfr. ESTEINOU MADRID, Javier; Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana. FMB-PCF, México, 1989, Pag. 11

¹⁴⁴ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB; Op. Cit., pag. 173

mexicano a reconocer como válidas, funciones que han atribuido a radio y televisión diversas fuerzas económicas y políticas.

Se cuestiona la autora cuál hubiera sido la actitud del Estado mexicano si la radio hubiera surgido en momentos de estabilidad política y no precisamente cuando se sentaban las bases de nuestro actual sistema político y concluye en que de haber sido así, posiblemente el Estado no hubiera confiado parte de la industria cultural a capital privado, nacional y extranjero, siendo este último quien marcó la ruta mercantil a las primeras radiodifusiones.

Da la impresión, de que aún hoy, el Estado no sabe qué hacer con los medios. Las leyes que rigen la comunicación social, no reflejan con claridad la política estatal, no hay coherencia entre las distintas normas y muchas, no se cumplen;¹⁴⁵ ¿Por qué no se cumplen las leyes en México? En el caso concreto de que se viene hablando, es posible encontrar las causas por dos vertientes:

1. Deficiencia de la autoridad, ya sea por concebir la ley y legislar inadecuadamente, o por aplicarla a su arbitrio, o porque al resolver las controversias, lo haga evadiendo las lagunas que existen, sin fijar criterios interpretativos que subsanen los vacíos y contradicciones.
2. Incoherencia entre la política real y la reflejada en la ley, bien porque el Estado haya cedido ante presiones económicas, bien porque haya entrado

¹⁴⁵Contrástese el contenido del artículo cinco de la Ley Federal de Radio y Televisión, con la realidad de la televisión mexicana.

en juego el afán de conservar y fortalecer el poder, o bien porque ocurran ambas cosas.

Pese a esto, es posible obtener algunas ideas indicadoras de la política del Estado en materia de radio y televisión, mediante el análisis de la ley, de las declaraciones de autoridades, así como de hechos y acciones concretos, que la ponen de manifiesto:

1. Se afirma el papel rector del Estado en la economía nacional y la compatibilidad de ésta con una mayor participación privada en materia de telecomunicaciones. (Exposición de motivos de la iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones)
2. Se ratifica el dominio de la Nación sobre las ondas en que se transmiten las emisiones de radio y televisión (Artículo uno de la Ley Federal de Radio y Televisión, (LFRT)), por lo que se establece un sistema de Concesiones y Permisos para el manejo de las estaciones comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. (Capítulo Tercero de la LFRT)
3. Se considera a la actividad radiotelevisiva como una actividad de interés público. (Artículo cuatro de la LFRT)
4. El Estado asigna a la radio y la televisión funciones sociales de difícil definición y compleja operatividad. (Artículo cinco de la LFRT)

5. Se asigna al Estado el papel – escasamente vivido -, de protector y vigilante de la actividad radiotelevisiva, en vistas al cumplimiento de su función social. (Artículo cuatro de la LFRT)
6. Hay un escaso interés estatal por fomentar las emisiones de tipo educativo, promover una programación de calidad en cualquier tipo de emisión y por lograr el cumplimiento de la función social de estos medios, ya que no incluye requisito alguno relacionado con esos aspectos, para el otorgamiento de concesiones. (Capítulo Tercero de la LFRT)
7. Se considera sin embargo, obligación del Estado promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica. (Artículo seis de la LFRT)
8. Existe una separación fáctica del concepto de Constitucionalismo social que supone que el desarrollo y manejo de las comunicaciones a distancia debía estar encargado a un órgano que velara por su utilización en beneficio del país.¹⁴⁶
9. Se considera a la radio y la televisión factores importantes para el desarrollo democrático, según se refleja en las consecuencias que en esos

¹⁴⁶ Resulta paradójico que el avance logrado en telecomunicaciones no esté siendo aprovechado suficientemente en beneficio de los sectores marginados del país, máxime si se toma en cuenta que la infraestructura satelital de México fue creada con recursos de la Nación y que a partir de la reforma del artículo 28 Constitucional de 1995, serán las élites económicas del país – asociadas con transnacionales – las que usufructúen dicho sistema.

medios ha tenido la reforma de 1977 al artículo seis Constitucional con la adición de la frase "El derecho a la información será garantizado por el Estado".¹⁴⁷

E) EXPERIENCIAS DE DERECHO COMPARADO Y RESOLUCIONES DE TRIBUNALES INTERNACIONALES.

En países como Canadá, España y Nueva Zelanda, dos elementos comunes a la legislación, códigos de ética y convenios de autorregulación de los medios, son: la protección de la infancia y la juventud y la protección contra la violencia.¹⁴⁸

Cabe mencionar en ese sentido, el contenido del *Libro Verde sobre la protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales de información*, en el que se proponen medidas para proteger el interés público, luchando contra la difusión de contenidos que ofenden la dignidad humana y protegiendo a los menores de la exposición de contenidos nocivos para su desarrollo, cuyo informe fue presentado por la Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación al Parlamento Europeo en junio de 1997.¹⁴⁹

¹⁴⁷ Lo que no queda tan claro es si ese derecho a la información es una garantía individual o de partidos, dado que lo que se reglamentó detalladamente, fueron los requisitos a los que se deben ajustar los partidos políticos para tener acceso a radio y televisión. El acceso a los medios, por parte del ciudadano, es una tarea pendiente, que podría encontrar su primera puerta en los tiempos oficiales perdidos...

¹⁴⁸ Pueden consultarse al respecto los siguientes sitios de internet: <http://www.umoncton.ca/>
<http://www.pntic.mec.es/tele/convenio/texto.htm> <http://www.pntic.mec.es/tele/normativa/27697.htm>

¹⁴⁹ Cfr. <http://www.pntic.mec.es/revista3/febrero/verde.htm>.

Por otra parte, es interesante tener en cuenta la existencia de instancias supranacionales, para dirimir conflictos entre el Estado y los particulares, entre el ejercicio de la libertad de expresión y la seguridad social.

a) Resoluciones de Tribunales Internacionales.

1. Caso Handyside.¹⁵⁰

La resolución dictada por el Tribunal Europeo sobre el caso inglés Handyside, es digna de mención porque, aunque tal caso no se refiere a la presentación de violencia en los medios de comunicación, sino a la prohibición de la circulación del libro rojo para uso de los escolares – *the Little Red Schoolbook* -por haber sido considerado un artículo obsceno, del que, el editor apelante, no pudo probar que el bien público justificara su aparición; análogicamente, este caso resulta ilustrativo para el posible tratamiento restrictivo que, en un momento dado, pudiera darse a los contenidos violentos de los programas de televisión, tomando en cuenta que el bien jurídico que se busca proteger es el mismo: el derecho al sano desarrollo de la infancia y la moralidad pública.

La sanción impuesta por la autoridad inglesa – prohibición de publicación -, por la que el particular afectado apeló ante el tribunal europeo, fue considerada por éste, compatible con la libertad de expresión, juzgando que los motivos dados

¹⁵⁰ Pueden consultarse los hechos, historia, consideraciones de derecho, fallo del tribunal y votos particulares del caso, en GARCÍA DE ENTERRÍA, E.; E. LINDE; L.I. ORTEGA y M. SÁNCHEZ MORÓN; El sistema europeo de protección de los derechos humanos, 2ª edición; Ed. Civitas, S.A.; Pag. 407-415

por la autoridad nacional, para adoptar las medidas restrictivas concretas del caso, fueron pertinentes y suficientes desde el punto de vista del *Convenio Europeo de Derechos Humanos*.

El caso Handyside, muestra la existencia del derecho estatal - reconocido internacionalmente y coherente con la declaración universal de los derechos humanos -, de aplicar ciertas restricciones a la libertad de expresión, con el fin de proteger determinados bienes a los que la sociedad tiene derecho.

2. Caso Ivcher Bronstein.¹⁵¹

Centrando la atención en la realidad Latinoamericana, merece la pena citar la resolución que sobre el caso Ivcher Bronstein, dictó la Corte Interamericana de Derechos Humanos, (CIDH), pues pone de manifiesto la posibilidad real de defensa de un particular frente al posible abuso de la autoridad estatal, en la aplicación de restricciones a la libertad de expresión.

El Caso Ivcher Bronstein, iniciado ante la Secretaría de la Comisión Interamericana de Derechos humanos, por el señor Baruch Ivcher Bronstein, peruano naturalizado, accionista mayoritario y presidente de la Compañía Latinoamericana de Radiodifusión, S.A., operadora del Canal 2 de la Televisión Peruana, sostenía en su demanda, la existencia de múltiples violaciones

¹⁵¹ Cfr. Organización de los Estados Americanos, Corte Interamericana de Derechos Humanos; Serie C: Resoluciones y Sentencias; No. 54; Caso Ivcher Bronstein; Competencia; Sentencia del 24 de septiembre de 1999.

cometidas en su contra por el Estado Peruano, por no haber modificado la línea informativa del programa "Contrapunto", a través del cual se difundieron las torturas cometidas por miembros del Servicio de Inteligencia del Ejército de Perú y se transmitieron reportajes sobre ingresos millonarios percibidos por el asesor de dicho Servicio de Inteligencia.

La Comisión abrió el caso y realizó los procedimientos de su competencia, concluyendo en una serie de recomendaciones para el Estado Peruano, sobre la base del siguiente informe:

"El Estado peruano privó arbitrariamente al señor Ivcher de su nacionalidad peruana (en contravención a lo establecido en el artículo 20.3 de la Convención), como un medio de suprimirle la libertad de expresión (consagrada en el artículo 13 de la Convención), y vulneró también su derecho de propiedad (artículo 21 de la Convención), y sus derechos al debido proceso (artículo 8.1 de la Convención) y a un recurso sencillo y rápido ante un juez o tribunal competente (artículo 25 de la Convención), en contravención de la obligación genérica del Estado Peruano de respetar los derechos y libertades de todos los individuos dentro de su jurisdicción, emergente del artículo 1.1 de la Convención Americana."

Al no ser atendidas por el Estado peruano las recomendaciones derivadas de dicho informe, el 31 de marzo de 1999, la Comisión presentó una demanda para que la Corte Interamericana decidiera si hubo violación de los artículos mencionados en su informe y solicitó que la Corte ordenara al Perú restablecer y garantizar al señor Ivcher el goce integral de sus derechos violados y en particular:

- El restablecimiento del título de nacionalidad peruana del señor Ivcher Bronstein y el reconocimiento pleno de los derechos y atributos inherentes.
- El restablecimiento de la situación jurídica en el goce y ejercicio del derecho de propiedad del señor Ivcher Bronstein, sobre sus acciones en la Compañía Latinoamericana de Radiodifusión, S.A. y la recuperación de sus atributos como accionista y como administrador de dicha empresa.
- Garantizar al señor Ivcher Bronstein el goce y ejercicio de su derecho a la libertad de expresión, y en particular, el cese de los actos de hostigamiento y persecución en su contra, contra su familia y su empresa.
- Reparación e indemnización plena al señor Ivcher Bronstein por los daños materiales y morales que la actuación de los órganos administrativos y judiciales del Perú le ocasionaron.

La Comisión también solicitó a la Corte que ordenara al Estado Peruano, la adopción de las medidas legislativas y administrativas necesarias para evitar que se repitan hechos de la misma naturaleza, así como la investigación y sanción de los responsables de las violaciones de los derechos fundamentales cometidas en perjuicio del señor Ivcher. Por último, solicitó que se condenara al Estado Peruano al pago de las costas y al reembolso de los gastos del litigio.

Aunque el Congreso de la República Peruana, intentó retirar el reconocimiento de la competencia contenciosa de la Corte Interamericana de Derechos

Humanos, mediante Resolución Legislativa N1/4 27152, del 8 de julio de 1999, no procedió su petición de devolución de la demanda del caso Ivcher y sus anexos, toda vez que,

“... el acto unilateral de un Estado, no puede privar a un tribunal internacional de la competencia que éste ha asumido previamente; la posibilidad de retirar el sometimiento a la competencia contenciosa de la Corte no está prevista en la Convención Americana, es incompatible con ésta y carece de fundamento jurídico; y en caso de que no fuera así, el retiro requeriría, para producir efectos, de una notificación formulada un año antes de la conclusión de sus efectos, en aras de la seguridad y la estabilidad jurídicas”.

El propósito de preservar la integridad de las obligaciones convencionales se desprende del artículo 44.1 de la Convención de Viena, que parte precisamente del principio de que la denuncia (o el “retiro” del mecanismo de un tratado) sólo puede ser efectuada en relación con el conjunto del tratado, a menos que éste disponga lo contrario o que las partes acuerden de manera diferente.

Por tales motivos, la Corte resolvió unánimemente, la inadmisibilidad del pretendido retiro del Estado peruano y la declaración de la competencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, para conocer del caso, cuyo conocimiento y tramitación prosigue actualmente.

b) Cuadro comparativo sobre usos y condiciones legales de la industria televisiva, en diversos países.

Es ilustrativo comparar lo que en distintos Estados se vive en ciertos aspectos de la actividad televisiva, para tomarlo en consideración al momento de plantear reformas legales y sugerencias prácticas que ayuden a una mejora real de esa área de actividad tan relevante en la sociedad.

Se presentan a continuación cuadros comparativos¹⁵² entre varios países americanos y europeos, sobre los siguientes temas:

1. Organismos reguladores de los contenidos
2. Medidas concretas sobre contenidos violentos de televisión
3. Derecho a la información, libertad de expresión y censura
4. Régimen de Concesiones
5. Propiedad de los medios
6. Tiempos oficiales y tiempos fiscales
7. Código ético
8. Vigilancia y aplicación práctica de los principios éticos
9. Ombudsman de la comunicación audiovisual

¹⁵² Elaborados con datos procedentes de un documento interno elaborado por la Dirección General de R.T.C. de la Secretaría de Gobernación, del Convenio de Autorregulación de las cadenas de televisión en España; de Villanueva Villanueva, Ernesto, "El tratamiento ético de la programación televisiva: el caso de México desde una perspectiva comparativa" en Revista Iberoamericana de Derecho de la Información, Año I, Número 1, mayo - agosto de 1998, Pag. 117-129; y, de las memorias del 1er Congreso Internacional A Favor de lo Mejor en los Medios de Comunicación, del 21 y 22 de abril de 1999.

1. ORGANISMOS REGULADORES DE LOS CONTENIDOS

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	CHILE
<p>- La Dirección Gral. de Radio, Televisión y Cine matografía de la Secretaría de Gobernación (R.T.C.), se encarga de autorizar el contenido de las emisiones distribuidas a través de cualquier medio físico en territorio nacional, de señales de radio y T.V., en términos del artículo 11 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación.</p> <p>-R.T.C. supervisa y vigila que las transmisiones de radio y televisión cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento.</p>	<p>- La Comisión Federal de Comunicaciones (F.C.C.), coordina y controla las telecomunicaciones, prescribe las normas que regulan la forma y contenido de la programación y tiene la facultad de revocar la licencia a aquellos que incurran en alguna violación a los estatutos en las leyes para radio y televisión.</p> <p>- Los integrantes de la F.C.C. son nombrados por el Presidente, con la aprobación del Senado, no pudiendo nombrarse personas de su mismo partido o de su propia cercanía, por encima de un número determinado, para evitar un total control.</p>	<p>- La Comisión Parlamentaria del Congreso de los Diputados ejerce el control de Radio Televisión Española (RTVE), que integra a Radio Nacional Española (RNE) y Televisión Española (TVE)</p> <p>- Esta comisión, regula indirectamente la comunicación privada por medio del estatuto de la Radio y la Televisión.</p> <p>- La gestión directa de estos servicios públicos, corresponde al ente público RTVE.</p> <p>- El Ministerio de Educación y Ciencia impulsa y da seguimiento a lo previsto en el Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con determinados contenidos de su programación, referidos a la protección de la infancia y la juventud.</p>	<p>- El Consejo Nacional de Televisión, organismo constitucional que monitorea y controla que no se violen las cláusulas de difusión y de concesión establecidas en la legislación para televisión. Ante él, los particulares pueden interponer sus quejas sobre contenidos nocivos e ilícitos. No existe censura previa, el Consejo actúa <i>a posteriori</i>.</p> <p>- La Secretaría de Cultura y Comunicación del Ministerio Interior, controla el comportamiento de las radios concesionadas en zonas fronterizas o de baja audiencia otorgadas en concesión a grupos de interés social.</p>

2. MEDIDAS CONCRETAS SOBRE CONTENIDOS VIOLENTOS DE TELEVISIÓN

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	CANADÁ
<p>- Prácticamente no existen.</p> <p>- RTC ha establecido seis niveles de clasificación de los programas, muy poco explícitos y conocidos para el público en general, según la edad del receptor, <i>grado de violencia, sexo, temática y lenguaje del contenido</i> en cuestión: AA, A, B, B2, C y D.</p> <p>- Se han decretado aisladamente cancelaciones de programas por su alto contenido de violencia.</p> <p>- Proyecto de MVS de un canal sin violencia.</p>	<p>- Sistema de clasificación informativo sobre los contenidos de T.V.</p> <p>- Instalación del v-chip o chip antiviolencia en todas las televisiones y computadoras que se vendan en E.U. a partir del año 2000. (Según establece un reglamento dado a conocer en 1998 por la Comisión Federal para las Comunicaciones)</p>	<p>- Sistema de evaluación de las incidencias negativas y positivas de los programas televisivos, a través de Internet, por parte del público televidente.</p> <p>- Sistema de información sobre los contenidos de los programas, a través de rombos de colores.</p>	<p>- Código de ética relativo a la violencia en la programación, en el que destacan las siguientes disposiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Prohibición de programas con violencia gratuita o que la exalten o promuevan b) Restricción del horario en que pueden transmitirse escenas de violencia (de 9 p.m. a 6 a.m.) c) Inserción de avisos para el televidente indicando que el programa transmitido contiene escenas violentas d) Cuidado en los videos que muestren escenas violentas y el lenguaje al respecto, utilizado en los noticieros.

3. DERECHO A LA INFORMACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y CENSURA

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CHILE
<p>- La libertad de expresión y el derecho a la información, están consagrados en los artículos seis y siete de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p> <p>- Se reconocen Constitucionalmente como límites de la libertad de expresión: la moral, los derechos de tercero, la vida privada, la paz y el orden público.</p> <p>- Frente a la declaración expresa de que el Estado garantizará el derecho a la información (artículo seis constitucional), no existe una regla -mentación que establezca límites y condiciones.</p> <p>- Aunque existe la prohibición constitucional de la censura previa, el Reglamento de la LFRT, contempla la necesidad de autorizaciones para transmitir ciertos programas y boletines.</p>	<p>- El derecho constitucional a la información, está regulado por la Ley de la Libertad de Información y de Expresión.</p> <p>- Para el acceso a cualquier información gubernamental, el interesado deberá exponer los motivos para conocer dicha información.</p> <p>- El gobierno se reserva el derecho de no dar información, en los casos en que ésta atente contra la seguridad nacional, el secreto de Estado, o exista una orden de las Cortes para proteger información confidencial por cierto tiempo.</p> <p>- Existe la Ley de Privacidad y el Derecho de Réplica en medios impresos y electrónicos.</p>	<p>- El derecho a la información y la libertad de expresión, están contenidos en la Constitución y en el Convenio Europeo sobre televisión transfronteriza.</p> <p>- La ley del 30-IX-1986, regula la libertad de comunicación que garantiza el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación audiovisual, con algunas restricciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - no atentar contra la dignidad humana - el respeto a la propiedad - el respeto a la libertad misma <p>- La libertad de comunicación, está limitada por la salvaguarda del orden público y la seguridad nacional.</p>	<p>- Se regulan en el artículo 19, número 12, de la Constitución Política.</p> <p>- La ley de Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, establece que: <i>"La libertad de emitir opinión, y la de información, constituyen un derecho fundamental de todas las personas. Su ejercicio incluye el no ser perseguido a causa de sus opiniones y recibir informaciones y difundirlas en cualquier forma y por cualquier medio y sin estar sujeto a autorización ni a censura previa"</i>.</p>

4. RÉGIMEN DE CONCESIONES.

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CHILE
<p>- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga, revoca y sanciona las concesiones y permisos para radio y televisión.</p> <p>- Los requisitos a cubrir por el solicitante son de carácter técnico y económico.</p> <p>- Después de llenar los requisitos legales, el otorgamiento de la concesión, es discrecional y su vigencia puede ser hasta por 30 años.</p> <p>- No existe ley antimonopolios, en materia de medios electrónicos de comunicación.</p> <p>- La Comisión Federal de Competencia Económica, ha empezado a intervenir en relación con limitaciones o restricciones para radio y televisión.</p>	<p>- La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), otorga las licencias de radio y televisión.</p> <p>- El aspirante se somete a concurso y debe presentar un estudio de factibilidad, una vez que escoge la frecuencia disponible que operará.</p> <p>- El licenciatario debe tener solidez económica en fondos o bienes raíces que garantice que operará por lo menos durante dos años la estación.</p> <p>- El trámite para la asignación de licencias puede durar entre cinco y diez años. Una vez otorgadas, pueden renovarse.</p> <p>- No se puede poseer un periódico y una estación de televisión o radio en un mismo Estado.</p>	<p>- El Consejo Superior Audiovisual, se encarga de otorgar autorizaciones, sancionar en su caso y garantizar el ejercicio de la libertad audiovisual.</p> <p>- Las autorizaciones se obtienen por concurso, y las candidaturas son sometidas a un examen en el caso de cable y satélite.</p> <p>- El Consejo hace un análisis detallado con base a criterios culturales, económicos y de concentración.</p> <p>- La ley antimonopolios (1986), abrogó el monopolio en la programación.</p> <p>- La ley 94-88 del 1-II-1994, anuncia nuevas disposiciones en el límite de autorizaciones, como el que una misma persona física o moral, no puede detentar directa o indirectamente más del 49% del capital de una sociedad televisiva.</p>	<p>- El Consejo Nacional de Televisión, otorga las concesiones y las retira.</p> <p>- Las concesiones se otorgan mediante licitación pública, a personas físicas o morales de nacionalidad y residencia chilena.</p> <p>- No existe ley antimonopolios.</p> <p>- Los postulantes deben presentar un programa y diseño técnico y otro financiero.</p> <p>- El programa técnico será aprobado con carácter pericial, por la subsecretaría de Telecomunicaciones.</p> <p>- Las concesiones son firmadas por el Ministerio de Comunicaciones y Transportes y tienen una vigencia de 25 años.</p>

5. PROPIEDAD DE LOS MEDIOS.

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CHILE
<p>- Prevalece la televisión comercial privada, coexistiendo con ella, una televisión estatal que no llega a constituir una alternativa real frente a aquella.</p> <p>- El Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) se desincorporó para dar paso a la empresa privada Televisión Azteca.</p> <p>- Puede decirse que existe un monopolio en la propiedad de la televisión privada, por parte de dos empresas: TELEVISA y TV AZTECA.</p> <p>- El debate sobre la efectividad de la comunicación cultural estatal y la comunicación comercial, no ha sido resuelto.</p>	<p>- Junto a la televisión privada, opera un sistema público de televisión: "Public Broadcasting Service" (PBS), con 333 canales (hasta 1996), distribuidos vía satélite.</p> <p>- La televisión pública fue creada en 1967 por el Congreso.</p> <p>- El término "público" no implica un estatuto de derecho público ni un financiamiento público.</p> <p>- El financiamiento de este sistema se compone de fondos federales (15%), estatales (20%), universidades (44%), contribución de los televidentes (22%), mecenazgos (21%), y recursos diversos.</p> <p>- No existe un sistema público de transmisión de radio.</p>	<p>- Existe un equilibrio entre las cadenas públicas y las privadas de radio y T.V.</p> <p>- El Estado en su búsqueda de satisfacer a todos los públicos y de llegar a las diversas zonas geográficas, se ocupa de las comunicaciones en lugares poco atractivos para la iniciativa privada, aunque los medios públicos compiten con los medios privados por las mismas audiencias.</p> <p>- A partir de los años 80 el Estado ha vendido algunos de sus medios y ha otorgado otros, a través de autorizaciones, diluyéndose así, el anterior monopolio estatal.</p> <p>- El financiamiento de la T.V. pública, se lleva a cabo a través de una "cuota parafiscal", que cubre parte de su presupuesto, y con recursos publicitarios.</p>	<p>- Coexisten la televisión privada y la del Estado, ambas financiadas por publicidad.</p> <p>- La televisión pública opera por medio de un régimen de sociedad anónima financiada.</p> <p>- En 1992 se privatizó la Radio Nacional.</p>

6. TIEMPOS OFICIALES Y TIEMPOS FISCALES

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CHILE
<p>- Existen ambos:</p> <p>Tiempos Oficiales: regulados por el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión y el 12 de su Reglamento. Son conocidos como "medias horas"</p> <p>Tiempos Fiscales: Regulados por el Acuerdo Presidencial del 1º de julio de 1969, por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades: de acuerdo con esta disposición, los concesionarios deben poner a disposición del Ejecutivo Federal el 12.5% del tiempo total de sus transmisiones.</p>	<p>- No existen</p>	<p>- No existen estos conceptos</p> <p>- La comunicación gubernamental se realiza a través de espacios comprados en los medios electrónicos de comunicación, con tarifas especiales.</p> <p>- En las cadenas públicas, existe la prerrogativa gubernamental de difundir mensajes de importancia nacional.</p>	<p>- No existen</p> <p>- En Televisión Nacional de Chile, a través del espacio "Red voluntaria de Televisión", a sugerencia del Consejo Nacional de Televisión, se transmiten mensajes de interés público.</p>

7. CÓDIGO ÉTICO

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CHILE
<p>- No existe</p> <p>- Se han dado es - fuerzas aislados, sin efectos prácticos, por parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), para dotar de un código de ética a la industria del ramo.</p> <p>- En 1997, aparece el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (C.O.N.A.R.) que representa el pri -mer intento organizado de autorregular la actividad publicitaria en los medios de comunicación.</p>	<p>- No existe un Código ético a nivel federal.</p> <p>- Sin embargo, en Estados Unidos se han establecido numerosos códigos de ética para los medios de comunicación, pues cada empresa establece su propio código, con desiguales resultados.</p>	<p>- No existe</p> <p>- El Consejo Superior Audiovisual, a través de los "cuadernos de cargos", establece obligaciones deontológicas para los comunicadores.</p>	<p>- Existe el Código de Autorregulación y Ética Publicitaria, elaborado por representantes de medios escritos y electrónicos, propietarios y comunicadores.</p> <p>- Las sanciones en él contenidas, que pueden aplicarse privada o públicamente, por el Consejo de Publicidad, no tienen validez judicial.</p>
CANADÁ	ESPAÑA	NUEVA ZELANDA	REINO UNIDO
<p>- Cuenta con un Código de Ética de la Industria Televisiva , expedido por la Asociación de Propietarios y Directivos de la Industria de la Radio y la Televisión.</p>	<p>- Existe un Convenio de Autorregulación de la Televisión, firmado el 26 de marzo de 1993, por el Ministerio de Educación del Gobierno Español y las distintas emisoras de televisión, tanto públicas como privadas.</p>	<p>- Existe un Código sobre el tratamiento de la Industria Televisiva que incluye disposiciones en tres áreas fundamentales:</p> <p>a) Protección a la infancia</p> <p>b) Protección contra la violencia</p> <p>c) Imparcialidad y veracidad informativa.</p>	<p>- Dispone de un Código de Ética de la Industria Televisiva, formulado por un organismo público: el <i>Broadcasting Standards Commission</i> del Reino Unido, creado por la Ley de Radiodifusión de 1996.</p>

8. VIGILANCIA Y APLICACIÓN PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS

MÉXICO	CANADÁ	NUEVA ZELANDA	REINO UNIDO
<p>- No se ha adoptado un mecanismo eficaz, por ser aún incipiente el manejo de Códigos éticos.</p> <p>- Lograr el cumplimiento de los principios éticos, que la misma LFRT establece, es competencia de la Secretaría de Gobernación y dependencias creadas para tal fin.</p>	<p>- Su forma de regulación deontológica es del tipo que puede llamarse <i>paradigmático</i>: resultado del convencimiento voluntario de la industria televisiva, que consiste en una forma de autocontrol en la que las empresas televisivas constituyen un cuerpo autónomo con atribuciones para hacer cumplir el código ético.</p> <p>- Tal cuerpo autónomo, es el <i>Canadian Broadcast Standards Council</i>, creado en 1987 por la industria televisiva privada.</p> <p>- Es financiado íntegramente por la Asociación de Radiodifusores Canadienses y se integra por diez miembros designados por la propia industria televisiva (50%) y por el público, (50%).</p> <p>- El sistema de quejas sobre programas se maneja de forma expedita y cuasijudicial y la sanción reside en la publicidad.</p>	<p>- Tiene un tipo cuasiparadigmático de regulación deontológica, caracterizado por el esfuerzo compartido entre poder público, sociedad organizada e industria televisiva.</p> <p>- Se concreta en el <i>Broadcast Standard Authority de Nueva Zelanda</i>, organismo público creado por la Ley de Radio y Televisión de 1989. Tiene cuatro miembros y su presidente es nombrado por el ejecutivo, a propuesta de la industria televisiva y organizaciones sociales.</p> <p>- Su financiamiento procede del erario público.</p> <p>- El sistema de quejas es cuasijudicial, las sanciones van desde la recomendación dentro del programa en cuestión, hasta el retiro de transmisión publicitaria por un periodo de 24 horas.</p>	<p>- Maneja un tipo restrictivo de vigilancia y aplicación práctica de los principios éticos en la televisión. No involucra a la sociedad civil ni a la industria televisiva, en la adopción de los códigos y en la vigilancia de su cumplimiento, que corren a cargo del Broadcasting Standards Commission del Reino Unido (B.S.C.)</p> <p>- El B.S.C., es un organismo público constituido por distintas comisiones y un Consejo General nombrado por el Primer Ministro.</p> <p>- Tal organismo es financiado íntegramente por el presupuesto público.</p> <p>- Tiene funciones cuasijurisdiccionales y las sanciones consisten en imponer a la empresa televisiva sancionada, la obligación de transmitir la resolución a que haya habido lugar.</p>

9. OMBUDSMAN DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	CANADÁ
- No existe	- No existe -Las inconformidades se derivan al campo judicial.	- No existe como tal, aunque el Consejo Superior Audiovisual toma atributos de protección y guarda de los derechos, especialmente en audiencias.	- La Corporación Canadiense de Radio y Televisión (CBC), creó un Ombudsman para atender a los radioescuchas y televidentes cuyos reclamos no hayan sido debidamente atendidos.
		ESPAÑA	
		- Existe el llamado Defensor del espectador , en los distintos canales televisivos.	- Depende directamente del presidente de la Corporación y actúa con entera independencia de las áreas operativas.

Aunque la figura del ombudsman de la televisión prácticamente no existe, ya en 1991, se tenía el registro de 71 ombudsmen del lector, en todo el mundo, entre los cuales había estadounidenses, británicos, canadienses, japoneses, israelíes, suecos, brasileños y españoles, todos ellos, miembros de la *Organization of News Ombudsman*.¹⁵³

¹⁵³ Cfr. LARRAYA, José Miguel; "Movimientos sin éxito", El País, Madrid, 19 de mayo de 1991, citado por TREJO DELARBRE, Raul, *De la Crítica a la Ética*; Op. Cit. Pag. 28.

CAPÍTULO TERCERO

VIOLENCIA TELEVISIVA Y TELEVISIÓN MEXICANA

Se aborda ahora el tema central de esta investigación: la violencia televisiva, sus efectos, su presencia en la televisión mexicana y la necesidad de adoptar medidas jurídicas eficaces, capaces de sustituir la violencia por la paz, también en los medios de comunicación.

Es necesario acometer desde el rigor de la ciencia, problemas que como la violencia, corroen los cimientos de la sociedad en todas las latitudes del planeta en una forma multidimensional: desde la violencia verbal nacida de la ira o el resentimiento, hasta la repudiable práctica de la tortura política; desde el crimen irracional cometido por pandillas, hasta las matanzas masivas perpetradas en nombre de "limpiezas étnicas" o venganzas tribales; desde el padre alcoholizado que golpea y mata a su pequeño hijo, hasta los desmanes de una población ante el abuso real o percibido del poder público; desde la imagen de un edificio público bombardeado por terroristas, hasta la prostitución forzada en zonas pobres, o las sutiles injusticias del *establishment* para con los pobres y desposeídos, en países del primer mundo; desde cualquiera de sus manifestaciones en la propia vida personal - excepcionales para la gran mayoría -, hasta su abundante y cotidiana presentación en los medios masivos de comunicación. Tal es la trágica

contemporaneidad de la violencia en un mundo, que se presenta como un desafío para todos los cultivadores de las ciencias humanas: del filósofo al educador, del sociólogo al jurista.

Ante el fenómeno innegable del incremento de la violencia en las pantallas televisivas,¹⁵⁴ la cuestión por resolver es, si su presentación en este medio, aumenta la del mundo real o simplemente se limita a reflejarla; si la refleja como en un espejo, o la magnifica a través de un cristal de aumento; si es un factor inofensivo o por el contrario, es perjudicial para la persona y la sociedad. En definitiva, el que tanto la televisión como el mundo sean violentos, permite preguntarse: ¿no será acaso, que existe alguna relación causal?

Recientemente, la Reina Sofía de España, afirmó:

“Aceptar como natural e inevitable el crecimiento de la violencia y sus imágenes en nuestras pantallas, contribuye a desgarrar lenta e inexorablemente, el delicado entramado de la vida colectiva y la base de nuestra convivencia, además de llevar a encararla sin los resortes morales y los criterios éticos imprescindibles para afrontar la evolución de sociedades cada vez más dinámicas e interdependientes. (...) Los medios de comunicación llevan a cabo un papel muy importante. Como transmisores de ideas y opiniones, y por el impacto que causa su mensaje, contribuyen decisivamente a dar forma al concepto ético de una sociedad sin violencia.”¹⁵⁵

¹⁵⁴ Puede verificarse con sólo encender el televisor y observar, o acudiendo a estudios recientes sobre la materia, como los realizados en la Universidad de California en Santa Bárbara o en Los Angeles, cuyos avances pueden consultarse en la siguiente dirección de Internet: <http://www.ucla.edu/current/hotline/violence/toc.htm>

¹⁵⁵ Discurso pronunciado en la clausura del Seminario “Violencia y Medios de Comunicación” celebrado en Valencia, España, los días tres y cuatro de noviembre de 1997.

El jurista, tiene que construir soluciones legales – verdaderas directrices prácticas -, que protejan especialmente a los menores frente a la violencia televisiva y que ayuden a lograr una televisión de calidad, sin excesos de violencia, que pueden ser nocivos para los distintos auditorios, según indican los resultados de estudios científicos, que más adelante se verán. Con este trabajo, aunque con plena conciencia de la dificultad que entraña, se pretende aportar alguna idea aplicable en ese sentido.

A) EL FENÓMENO DE LA VIOLENCIA

a) NocIÓN de violencia y sus orígenes

Tomando ideas de distintas concepciones del término violencia, es posible iniciar definiéndola como *una conducta humana, individual o colectiva, que practicada de modo intencional, causa, mediante el uso de una fuerza injusta y excesiva, daño físico, mental o emocional, tanto al propio individuo o individuos que la ejecutan, como a otro u otros y al ambiente mismo.*

Esta definición no hace referencia a las causas de la violencia, ni establece la validez o invalidez de lo que algunos llaman el “sustrato fundamental de la violencia”: la agresividad, considerada por otros como sinónimo de aquella. Como se verá en el desarrollo de este capítulo, agresividad no es lo mismo que violencia y aunque la primera puede considerarse “innata” al hombre, también es

regulada de modo natural, mediante ciertos mecanismos inhibitorios¹⁵⁶ y la acción orientadora del propio yo racional y libre, por lo que no implica necesariamente que el hombre tenga que ser violento. Sólo cuando se anula esa capacidad de la persona humana para conducir su vida, encauzando racionalmente las tendencias de su impulso vital, es decir, de su agresividad – indispensable para cualquier logro -, puede dejar de ser constructiva volviéndose cruel y ciega.

Por tanto, la agresividad, aunque tiene la posibilidad de tomarse destructiva, de entrada no es en el hombre sino una fuerza que precede a todo ejercicio racional, que brota de las profundidades de su ser, hacia todo lo que significa afirmación y protección de la vida personal: conservarla, actuar, gozar, poseer, perpetuarse, etc.¹⁵⁷

La violencia, a diferencia de la agresividad, es ante todo un producto social, sin negar con esta afirmación, que otros factores, como los biológicos – la agresividad misma -, ejerzan en ella un papel muy importante. La violencia no es por tanto, agresividad en grado extremo; es el resultado de la interacción entre una agresividad natural y la cultura.

Se revisarán enseguida, las principales ideas y definiciones sobre estos conceptos, para facilitar su distinción y correlación.

¹⁵⁶ Que pueden ser dañados bajo la influencia de los medios masivos de comunicación.

¹⁵⁷ GÓMEZ ANTÓN, Francisco; "La violencia como fuerza injusta"; ponencia recogida en: SORIA, Carlos; Prensa, paz, violencia y terrorismo; Pamplona, España; EUNSA, 1987; Pag. 27.

1. Distinción y relación entre tres conceptos

1.1 Agresividad

Atendiendo a su aspecto semántico, se puede decir que la agresividad “es el impulso que nos hace acometer, con uso de la fuerza, o la amenaza de ella, o un substitutivo equivalente, el *statu quo* que existe, para modificarlo”¹⁵⁸

Puede ocurrir también que la acometividad de la que se habla, sea necesaria para defender una posición. En este caso el ataque tiene como fin alejar al incursor. Otros autores - los menos -, la consideran más como una capacidad humana para oponer resistencia a las influencias del medio, que como una tendencia a acometer.

Según el Diccionario Larousse - El Pequeño Larousse Ilustrado (1996) -, la agresividad implica “acometividad; carácter agresivo; tendencia a realizar actos y a proferir palabras hostiles con respecto a otro.” En forma parecida, el Diccionario Grijalbo (1986) la define como “disposición a actuar de una forma agresiva, que puede aparecer ligada a la satisfacción de una necesidad primaria o a las pulsiones destructivas del impulso de muerte (psicoanálisis) y puede ser consciente o inconsciente, patológica (epilepsia, algunas formas de psicosis, etc.) o normal.”

¹⁵⁸ RIVAROLA, José María; Reflexión sobre la violencia; 2ª. Edición; Asunción, Paraguay; UNESCO; Ed. Arandura; 1993; Pag. 11

En definiciones como la de Laplanche y Pontalis, se entiende por agresividad la "tendencia o conjunto de tendencias que se actualizan en conductas reales o fantasmáticas, dirigidas a dañar a otro, a destruirlo, a contrariarlo, a humillarlo, etc." ¹⁵⁹

Retomando lo dicho en el apartado anterior sobre la agresividad, y las definiciones aquí expuestas, es posible distinguir un aspecto positivo de la agresividad – como fuerza que impulsa a ciertos logros – y otro negativo cuando esa tendencia se carga de hostilidad o intencionalidad de dañar a otro. Este segundo aspecto – incluido por la mayoría de los autores en el concepto mismo de agresividad -, puede suponer ya ciertas influencias culturales y no ser sólo una cuestión biológica; por eso, cuando se subraya reiteradamente que la violencia televisiva solo puede incitar a la violencia a quienes tienen ya una predisposición a ésta, es lógico cuestionarse por qué se da en algunos tal predisposición.

Existen dos teorías o interpretaciones psicológicas sobre la agresividad, que giran en torno a dos pares de conceptos contrapuestos, que influyen en gran medida en la actitud que se adopte ante la violencia – real o representada en los medios - y sus efectos:

¹⁵⁹ Citado por GARCÍA SILBERMAN, Op. Cit., Pag. 25

1. La agresividad consiste en una *tendencia o fuerza dinámica que constituye la causa de los comportamientos violentos*; o, por el contrario, es sólo un rasgo característico, un *modo peculiar de responder ante determinadas circunstancias ambientales*. En el primer caso, el centro de gravedad de los fenómenos agresivos viene situado en la naturaleza humana, mientras que en el segundo se desplaza al medio social, familiar, educativo, etc.
2. La agresividad es un *hecho hereditario, innato*, que forma parte del bagaje genético propio de la especie humana, ya en forma de instinto, ya como simple capacidad reactiva; o, por el contrario, es una *propiedad adquirida* a lo largo del desarrollo singular de cada individuo, como fruto de sus peculiares experiencias, educación, etc.¹⁶⁰

Con base en estos criterios, surgen cuatro posibles interpretaciones sobre la conducta agresiva:

- La agresividad es una pulsión innata: una tendencia natural
- La agresividad es un rasgo innato: una reacción emocional
- La agresividad es un una tendencia adquirida: un *drive*
- La agresividad es un rasgo adquirido: un hábito

Desde las cuatro interpretaciones, cabe la posibilidad de que la agresividad sea estimulada, de alguna manera, por la violencia televisiva.

¹⁶⁰ Cfr. CARRASCO DE PAULA, Ignacio; "Agresividad y violencia. Como se plantea el tema en Psicología"; Persona y Derecho, Revista de fundamentación de las Instituciones Jurídicas, Vol. III; EUNSA; España, 1976; Pag. 301-302

1.2 Agresión

De las definiciones vistas sobre la agresividad, puede concluirse que ésta, implica la capacidad de atacar, que puede concretarse o no, en actos específicos. Por tanto, incluye motivos, deseos, emociones o actitudes que no siempre desembocan en hechos externos observables. La agresión alude en cambio, a todo acto que concrete tal capacidad agresiva, que según la psicología puede ser de dos tipos: *hostil*, cuando la intención primera del agresor sea causar sufrimiento, e *instrumental*, cuando el agresor ataca para obtener ciertas metas.

1.3 Violencia

Su raíz, *vis – fuerza* -, proporciona el primer elemento de su definición: toda violencia es fuerza. Lo específico de la violencia es la injusticia, por lo que antes que nada, “la violencia es una fuerza injusta.”¹⁶¹

La violencia puede definirse también como la “acción o efecto de aplicar medios violentos o brutales; una fuerza física que se usa para hacer daño”;¹⁶² aunque hay quienes aceptan que la fuerza ejercida en la violencia, pueda ser de tipo moral o psicológica y no sólo física, en la mayoría de las conceptualizaciones de violencia y en las operacionalizaciones de la agresión, el elemento crucial es el uso de la fuerza física o la amenaza creíble de que se va a usar.¹⁶³

¹⁶¹ GÓMEZ ANTÓN, Francisco; “La violencia como fuerza injusta”, ponencia recogida en: SORIA, Carlos; Prensa, Paz, Violencia y Terrorismo; EUNSA; Pamplona, España; 1987; Pag. 24

¹⁶² GÓMEZ DE SILVA, citado por GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 28

¹⁶³ Cfr. SANMARTÍN, José/ GRISOLÍA, James S./ GRISOLÍA, Santiago; Violencia, Televisión y Cine; Barcelona España; Ed. Ariel, S.A.; 1998; Pag. 57

En el diccionario de Filosofía, Abbagnano (1974) se establecen dos acepciones: "acción contraria al orden o a la disposición de la naturaleza", y "acción contraria al orden moral jurídico o político", ambas subrayan el carácter injusto de la fuerza y la valoración moral de la violencia por su oposición al orden.

La idea de violencia encierra principalmente dos elementos: el uso excesivo e injusto de una fuerza y el daño que se causa. Por eso, cuando se afirma que la agresividad es "aquella conducta que tiene por objeto primario hacer daño" ¹⁶⁴, se le está colocando directamente como "sustrato" de la violencia, por lo que, para los efectos de este trabajo, el que una escena televisiva incremente o produzca agresividad, tendrá una connotación negativa y no habrá de entenderse como noble impulso para acometer acciones tendientes al logro de un bien.

De acuerdo con lo dicho, aunque existen varias coincidencias, se puede distinguir entre estos tres conceptos, de la siguiente manera:

- la agresividad es una disposición o tendencia hostil que puede concretarse o no, en hechos,
- la agresión es el acto que la concreta y
- la violencia se distingue de la agresión, por el exceso de fuerza que se ejerce en el acto en cuestión y por el papel que cumple el daño causado.

¹⁶⁴ CARRASCO DE PAULA; Op. Cit., Pag. 301

2. Origen de la violencia

Habiendo visto qué es la violencia, es posible deducir que aunque sea “inhumana” por no manifestar “humanidad”, es exclusivamente humana, pues sólo el hombre es capaz de infringirla; porque sólo él puede atacar sin un motivo plausible que justifique la destrucción; porque puede herir para aplacar su odio, e incluso por mero placer; porque conoce la venganza. En cuanto a su origen, los principales autores la conciben como “el resultado de la interacción entre una agresividad natural y la cultura, más alguno de sus productos.” ¹⁶⁵

La violencia, en definitiva es producto de la acción de la cultura sobre la *natura*, del ambiente sobre la biología. Por tanto, es importante conocer qué factores biológicos y ambientales tienen alguna relevancia en la aparición de la violencia.

2.1 Factores biológicos de la violencia

2.1.1 Mecanismos biológicos relacionados con la agresividad humana.

- **La herencia:** no se considera un factor determinante. La demostración de algún efecto en la agresividad humana y la conducta violenta, a

¹⁶⁵ SANMARTÍN, José/ GRISOLÍA, James S./ GRISOLÍA, Santiago; Op. Cit.: Pag. 18

causa de variaciones genéticas, proviene de los llamados estudios de familia, con gemelos, con hijos adoptados y sobre la conducta de varones con anormalidades genéticas.¹⁶⁶

- **Las hormonas:** su posible influencia en la realización de actos violentos es mínima. Sin embargo, se ha llegado a comprobar una doble evidencia: "participar en actos agresivos puede aumentar los niveles de testosterona y los niveles altos de testosterona pueden incrementar la respuesta agresiva"¹⁶⁷
- **El cerebro:** dos áreas particulares del cerebro se han asociado con la agresividad: el sistema límbico y la corteza cerebral; sin embargo, "no hay un centro cerebral, hormona o sustancia química única que controle las actividades del cerebro durante la conducta agresiva."¹⁶⁸

2.1.2 La agresividad como conducta instintiva

Tanto desde el enfoque del psicoanálisis como desde la perspectiva evolucionista, se ha planteado que la agresividad es una manifestación innata del ser humano, quien está de alguna manera "determinado" para ser agresivo. Varias teorías sostienen este enfoque: La violencia como compensación (A. Adler); El impulso de muerte (Freud); La agresión como Catarsis (Freud). En

¹⁶⁶ Cfr. GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 37-43

¹⁶⁷ BARON Y RICHARDSON, citados por GARCÍA SILBERMAN, Op. Cit. Pag. 45

¹⁶⁸ YOUNG, BRASIC, SHEITMAN y STUDNICK; citados por GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 49

realidad, se trata de eso: teorías sin mayores comprobaciones; el mismo Freud en "El malestar de la cultura" reconoció que su doctrina sobre los impulsos de muerte y sus derivados, descansa esencialmente sobre bases teóricas.¹⁶⁹ A pesar de ello, tuvieron el mérito de haber movido a los psicólogos a investigar si realmente las conductas agresivas implican una tendencia innata dirigida a la destrucción del prójimo, o bien podrían explicarse como una reacción ante situaciones que presentan un carácter peligroso o amenazador para la integridad y desarrollo del individuo.

2.1.3 Teoría de la agresividad como reacción

Al considerarse que podía haber motivos externos que desencadenaran la conducta agresiva, aparece la teoría de la Frustración como causa de agresividad, que pretendió demostrar que una frustración percibida como amenaza para la propia integridad, o una causa de frustración captada como algo arbitrario, posee mayor potencial de excitación agresiva que la simple privación de algo necesario.¹⁷⁰

Ya decía Aristóteles, que nada hay que mueva más a la ira, que la injusticia, y como afirma el Profesor Gómez Antón, "la violencia de la injusticia abre paso fácilmente a la violencia".

¹⁶⁹ Cfr. CARRASCO DE PAULA, Ignacio; Op. Cit. Pag. 305

¹⁷⁰ Ibidem. Pag. 307

Bandura y Walters, abrieron un nuevo campo de investigación cuando consiguieron probar experimentalmente que puede desencadenarse un comportamiento agresivo sin frustración previa, por la simple imitación de la agresividad ajena,¹⁷¹ dando lugar a la teoría de la agresividad aprendida, englobada dentro de la teoría del aprendizaje social, de la que ya se habló en el Capítulo I de este trabajo y que tanta relevancia tiene a la hora de considerar los efectos de la violencia televisiva en sus espectadores.

Para Bandura, los actos agresivos específicos y las estrategias agresivas más generales, se adquieren fundamentalmente por experiencia directa o por la observación de las acciones de otros (familia, subcultura, modelos simbólicos como la televisión, etc.)¹⁷²

2.2 Factores ambientales de la violencia

Desde la perspectiva de la teoría del aprendizaje social, el que una persona agrede en una situación dada, depende de una gran variedad de factores asociados con la agresión, que abarcan la experiencia anterior de la persona, los reforzamientos – el modo en que la T.V. presenta la violencia constituye muchas veces un auténtico refuerzo -, y muchas otras variables que moldean sus pensamientos y percepciones.

¹⁷¹ Puede verse al respecto A. BANDURA y R. H. WALTERS, *Social Learning and personality development*, N. York, 1963

¹⁷² Cfr. GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 59

2.2.1 Influencias subculturales

Se trata de influencias ligadas a sistemas sociales distintos de la familia. Entre esas influencias, figuran la subcultura de la droga y del pandillismo en grupos juveniles y la que surge de las condiciones socioeconómicas deprimidas - desempleados, habitantes de barrios marginales, personas que viven en situaciones de pobreza extrema¹⁷³ -, que es considerada como uno de los factores que mayor influencia ejercen en la aparición de violencia. Por ejemplo, en Estados Unidos, la tasa de homicidios casi se ha duplicado entre los años cuarenta y noventa, al pasar de cinco a nueve homicidios por cada 100,000 habitantes, - en México la tasa era de 7 por cada 100,000 habitantes en 1996 -, pero esa tasa llega a ser de 100 por cada 100,000 habitantes, en los guetos y de 300 homicidios por cada 100,000 habitantes entre los afroamericanos.¹⁷⁴

2.2.2 La familia

Otro componente ambiental importante es la Familia, ya que buena parte de la violencia existente es intrafamiliar, la cual constituye un abuso de poder y una violación de derechos humanos. Actualmente, la violencia intrafamiliar deja

¹⁷³ Una persona es estadísticamente pobre si su ingreso es inferior al valor de una "canasta básica" que incluya los rubros de alimentación, vivienda, higiene y educación. En México, el salario mínimo promedio equivale a poco menos de la mitad de dicha canasta. Cfr. SANTILLANA, Mario Alberto, "Pobreza y distribución del ingreso en México" en la siguiente dirección electrónica: <http://www.geocities.com/SunsetStrip/Backstage/3545/ensayo3.html>

¹⁷⁴ Cfr. SAN MARTÍN, José/GRISOLÍA, James S./ GRISOLÍA, Santiago; Op. Cit. Pag. 18-19, citando datos de The Economist/ONU, 1996.

de ser vista como un asunto privado que sólo atañe a los involucrados en ella y en nuestro país, empieza a replantearse su tratamiento legal.¹⁷⁵

Se va haciendo más común que la violencia se presente no sólo entre cónyuges y por parte de éstos hacia los menores, sino que también menores que no son víctimas de maltrato físico, incurran en violencia, - incluso extrema -, contra sus padres. En algunos de los lamentables casos de parricidios y otros asesinatos ocurridos en los últimos años, los menores que los cometieron se inspiraron en asesinatos similares representados en alguna película. Por esa razón, un buen número de investigadores, a la hora de buscar explicaciones para el incremento de la violencia ejercida por niños y jóvenes, dirigen su atención hacia un elemento, al parecer, indispensable en los hogares contemporáneos: la televisión. Ya la UNESCO en los años ochenta, tutelaba la conclusión de que "nuestros hijos son producto de tres padres: los dos naturales y el adicional, representado por la comunicación",¹⁷⁶ situación agudizada en las familias actuales, en las que los hijos suelen permanecer durante mucho tiempo, solos en casa, "bajo el amparo" de la televisión.

2.2.3 Aceptación y legitimación de la violencia

Existen posturas ideológicas de matriz naturalista-individualista, que presentan la violencia como un fenómeno natural, con un efecto liberador,

¹⁷⁵ Cfr. SALINAS BERISTAIN, Laura; "La legislación mexicana frente a la violencia intrafamiliar" (ponencia presentada en el Coloquio internacional sobre la violencia, que se recoge en El mundo de la violencia, SANCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo, editor, F.C.E./UNAM, México, 1998, Pag. 281-283.)

¹⁷⁶ FERRER RODRÍGUEZ, Eulalio; Información y comunicación, F.C.E., México, 1998, Pag. 34

catártico e incluso beneficioso para el equilibrio personal. De acuerdo a esta concepción, la violencia televisiva, sería un sano conducto para que el hombre descargara su tendencia natural, evitando así que se manifestara en otros ámbitos de la sociedad. En el mundo de las ideas, aparecen también las posturas propias del socialismo revolucionario que ve en la violencia un fenómeno social, que tiene por fin ser instrumento para la renovación y transformación de las estructuras sociales.¹⁷⁷

Otro modo de legitimar la violencia proviene de la actitud pragmática, que lleva a justificar la violencia si resulta ser un medio eficaz para conseguir los propios fines. A esta mentalidad coadyuvan en gran medida los programas televisivos donde se presenta la violencia como el camino más eficaz para lograr el éxito.

La pérdida de sensibilidad ante los hechos violentos a causa de la habituación a ellos, es también un camino que conduce a la aceptación de la violencia.

2.3 Conclusión sobre los orígenes de la violencia

Con lo dicho hasta ahora, se comprueba la imposibilidad de sostener la existencia de un factor único para explicar el origen de la violencia humana, pero queda claro que existiendo una base biológica en el ser humano, que lo lleva a

¹⁷⁷ Cfr. CARRASCO DE PAULA; Op. Cit. Pag. 300

tener la capacidad de acometer o atacar en ciertas circunstancias – agresividad -, las conductas violentas son, sobre todo, producto de una serie de influencias sociales provenientes de subculturas, la familia, los medios masivos de comunicación, etc., que tradicionalmente han sido tratadas como factores sociales de influencia en la criminología infanto juvenil.

Queda claro también, que resulta inadecuado tratar la violencia humana de la misma forma que la agresividad en otras especies, porque de esa manera se le despoja de su contenido social y por tanto, humano.

En la “Declaración sobre la Violencia” – primera y única existente hasta ahora -, de Santiago Genovés, firmada por científicos de diferentes disciplinas, participantes en un simposium especializado sobre “Cerebro y agresión”, se establecieron cinco puntos fundamentales, comentados por el mismo Genovés en su ponencia “Las ciencias ante la violencia”, expuesta en el Coloquio Internacional sobre la Violencia, celebrado en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM en 1997:

1. La violencia, contrariamente a lo que se pensaba, no está genéticamente determinada.
2. No proviene del “pasado animal” de la humanidad.
3. En el proceso de la evolución, no ha habido una selección mayor hacia el comportamiento violento que hacia otros tipos de comportamiento.

4. No hay, en el cerebro, un lugar para la violencia, habiéndolo en cambio para otras funciones humanas.
5. No es hereditaria

Afirma el autor que ha sido adoptado por más de 100 sociedades científicas internacionales y por la UNESCO, que “ la violencia no está dentro de nosotros. La violencia es un proceso cultural.”¹⁷⁸

En el último párrafo de la citada Declaración se dice:

“Afirmamos que la biología no condena a la humanidad a hacer la guerra, y que la humanidad se podría librar de la esclavitud del pesimismo biológico y tener la confianza necesaria para realizar las tareas de transformación que se necesitan (...) A pesar de que estas tareas son principalmente de índole institucional, también descansan en la conciencia de los participantes individuales para quienes el pesimismo y el optimismo son factores cruciales. Así como la guerra se inicia en la mente humana, también la paz se origina en nuestras mentes. La misma especie que inventó la guerra tiene capacidad para inventar la paz. La responsabilidad está en cada uno de nosotros.”¹⁷⁹

En la construcción de la paz, los medios de comunicación social, pueden jugar un papel decisivo si en su programación y actividad publicitaria promueven una cultura de paz, de no violencia, de tolerancia y respeto mutuo, de defensa del medio ambiente, de actitudes antisexistas, de fomento de la dignidad de la

¹⁷⁸ GENOVÉS, Santiago; “Las ciencias ante la violencia” ; en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo, editor; El mundo de la Violencia; México; F.C.E./UNAM; 1998; Pag. 305

¹⁷⁹ Citado por GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 76

persona, de profundización en los valores democráticos y las actitudes solidarias, etc.

b) Tipos de violencia

Contemplando el fenómeno de la violencia como un hecho que forma parte del entramado de relaciones, representaciones, códigos y lenguajes de la sociedad, es posible distinguir con Gérard Imbert¹⁸⁰ tres formas de violencia:

1. Violencia real

Se trata de una violencia polimorfa, física o simbólica, de índole política, social, económica, ecológica, comportamental o ambiental -agresiones sonoras, visuales, etc.- con grados variables de gravedad: violencia corporal, violencia sexual -violación física, pero también del pudor y del honor-, violencia mortal. Las grandes tipologías distinguen entre violencia criminal contra terceros y violencia contra sí mismo -suicidio-; violencia accidental -debida al azar o al error humano y tecnológico- y violencia histórica; violencia individual y violencia colectiva.

La violencia ejercida contra los bienes, no es posible calificarla de criminal, ya que constituye más bien una violencia menor, mientras no incluya amenaza para la integridad corporal de los individuos.

¹⁸⁰ Cfr. IMBERT, Gérard; Los escenarios de la violencia. Conductas anómicas y orden social en la España actual; Icaria Editorial, S.A.; España; 1992; Pag. 12-16

Sobre la violencia como manifestación social, Jean Claude Chesnais, citado por el mismo G. Imbert, propone la siguiente tipología:

- *La violencia privada*: criminal (mortal, corporal, sexual) y no criminal (suicidio, accidental)
- *La violencia colectiva*: violencia del poder contra los ciudadanos, terrorismo de Estado, violencia industrial y violencia paroxística (guerra)

2. Violencia representada

Al lado de la violencia sociológica, existe una violencia representada que puede ser tan real como la otra e incluso incidir en los comportamientos colectivos. Se trata de la violencia tal y como la representan los medios de comunicación en sus discursos, tanto referenciales -la información noticiosa-, como creativos (obras de ficción en cine, televisión, carteles, etc.).

La representación de la violencia provoca respuestas, pues forma parte de un proceso de interacción social. Un aspecto interesante a comentar es que la violencia real y la violencia representada referencial, no siempre coinciden. Pueden variar de acuerdo con el tratamiento formal que den los medios de comunicación a la realidad – según su grado de sensacionalismo -, asunto que hace relación con el problema de los efectos directos y subliminales de los mass media y que conecta con el tercer tipo de violencia que menciona el autor que se está siguiendo.

3. Violencia formal o simbólica

Es ésta una violencia más sutil que estriba en el propio medio, en su poder simbólico – su poder de representar la realidad -, que puede plantearse en términos de competencia semiótica, como *poder ver* y *hacer ver* – lo mismo que en términos cognoscitivos hay un *saber* y un *hacer saber* en el acto comunicativo - que puede producir efectos nefastos, no totalmente controlados por el emisor, pues se trata de algo que a veces puede ser inconsciente, no intencionado.

Hay pues, una violencia intrínseca a los modos de representación e imposición de la realidad; “su especificidad como institución social, tiene una serie de recursos, quizás más efectivos que la coerción y la amenaza, para legitimar sus significaciones ante el sujeto receptor y ésta se basa en una naturalización de la significación de la realidad.”¹⁸¹

c) La violencia en los medios masivos de comunicación

Se dice que los medios reflejan la realidad y que la violencia es la realidad. Sobre esta afirmación cabe comentar que efectivamente, la violencia, en sus formas más diversas, está presente en la vida social, sin embargo, a pesar de su cotidianeidad, es un fenómeno que conserva en la vida de la mayor parte de los

¹⁸¹ OROZCO GÓMEZ, Guillermo; Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio; México; Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, no. 2; Universidad Iberoamericana; 1991, Pag. 17

ciudadanos, un carácter excepcional y, por así decirlo, escandaloso. El encuentro con la violencia, por el azar de una agresión o un tumulto callejero, sigue siendo una experiencia extrema que se convierte en objeto de repulsión y de reflexión. Esto significa que los mecanismos sociales que censuran la violencia funcionan bien en general, y cuando dejan de hacerlo en algún sector de la sociedad por cierto tiempo, este desarreglo es considerado como un escándalo.

En los medios masivos de comunicación, lo que ocurre es extremadamente distinto en este aspecto, la violencia no es allí rara ni escandalosa, incluso hay quienes hablan de un fenómeno de ritualización de la violencia en el mundo actual, realizado a través de su permanente escenificación en los medios de comunicación.

Existe entonces, una diferencia radical entre el papel que juega a los ojos de cada individuo la violencia en la realidad cotidiana y el que juega en las ficciones de los mass media. De aquí, se pueden sacar dos posibles conclusiones:

1. Esas ficciones representan un escándalo social por dar a la violencia un status "integrado" del que carece, o bien,
2. Hay que admitir que la relación entre el contenido de las ficciones y la vida social real, requiere de una interpretación más cuidadosa, para ser entendida adecuadamente.¹⁸²

¹⁸² Cfr. BURGELIN, Olivier; La comunicación de masas; Barcelona, España; Ediciones Planeta/A.T.E., 1974, Pag. 165

A partir de los años 30 y durante mucho tiempo, la balanza se inclinó hacia la primera conclusión por parte de educadores, gobernantes y ciudadanía en general, provocando la realización de campañas contra la violencia en los medios, que lograron contenerla dentro de determinados límites y aparecieron legislaciones que en países como Francia y Canadá, tendieron a la protección de los menores frente a publicaciones - en televisión y *comics* -, incitadoras a la violencia.

En las últimas décadas, el enfoque ha ido cambiando, en el sentido de que se ha hecho un mayor énfasis en las características de la violencia representada, que en la cantidad de escenas violentas, dando origen a nuevos estudios cualitativos sobre la violencia en los medios y especialmente en la televisión, lo cual ha permitido mejores interpretaciones sobre la relación entre la violencia real y la presentada por los medios.

1. Violencia real y violencia en los medios

¿Qué efecto tiene la ingestión constante de una realidad simulada en las percepciones de la verdadera realidad por parte del televidente?

1.1 La percepción de la violencia

Larry Gross y George Gerbner, han estudiado algunos de los efectos de la "realidad" de la televisión en las ideas y creencias de las personas respecto del

mundo real.¹⁸³ Los resultados de sus investigaciones sugieren que la experiencia de la televisión afecta significativamente las percepciones de la realidad por parte del televidente: hicieron ciertas preguntas acerca del mundo real a televidentes empedernidos y a televidentes ocasionales. La prueba contenía muchas respuestas de donde escoger - unas correctas y otras erróneas que reflejaban una tendencia característica de la T.V. -, los investigadores descubrieron que los televidentes ocasionales, daban casi en su totalidad las respuestas acertadas, mientras que los televidentes fanáticos elegían las respuestas influidas por la televisión.

Muchas de las preguntas hacían relación con la violencia, por ejemplo, se les pidió a los participantes de la prueba, que calcularan cuantas oportunidades de encontrarse con la violencia tendrían en una semana y se les ofrecieron las respuestas posibles: 50-50, 10-1 y 100-1; los teleadictos, en su mayoría seleccionaron las respuestas 10-1 ó 50-50, siendo que las posibilidades estadísticas de que una persona común encuentre violencia personal en el transcurso de una semana, son de 100 a 1. Tales respuestas, reflejaron la "realidad" de los programas de televisión.

Un dato interesante de la prueba, fue que el grado de educación no jugó un papel significativo para mejorar las distorsiones de la realidad producidas por ver

¹⁸³ Cfr. WINN, Marie; La droga que se enchufa; Trad. Jaime Vázquez Vázquez, 2ª. Edición, México; Ed. Diana; 1981, Pag. 107-109

tanta televisión y que las nociones incorrectas de la prueba no provenían de noticiarios mentirosos o de programas basados en hechos, sino de ver tantos programas ficticios desarrollados en un estilo realista dentro de una estructura realista.

Por tanto, “el mundo de la televisión violenta distorsiona las percepciones que el televidente tiene del mundo real y sus expectativas de violencia en la vida, reflejan su exposición a la violencia en televisión”¹⁸⁴

1.2 La respuesta ante la violencia

Según estudios realizados por el doctor Victor Cline,¹⁸⁵ la experiencia de la televisión, puede producir un cierto embotamiento de la sensibilidad, cuyo grado dependerá del número de horas que se dediquen a ver televisión y de los contenidos vistos. Ese embotamiento de la sensibilidad, ocasiona que las personas puedan reaccionar ante la violencia del mundo real, como un simple espectador, sin la reacción emocional propia del caso en una persona normal.

Por otro lado, “La televisión puede convertirse en una droga que se consume en dosis proporcionales al grado de insatisfacción con la realidad”, comenta Theodore Dartrymple, médico británico, en el Daily Telegraph (16-VI-97).

¹⁸⁴ Ibidem

¹⁸⁵ Ibidem. Pag. 110-111

Esta idea subraya el hecho de que para una persona acostumbrada a la actividad frenética que le presenta la televisión, el mundo real le resulta inevitablemente menos emocionante, que el de la pantalla.

2. Sensacionalismo y violencia en los Medios de comunicación

Una característica presente con mucha frecuencia en todos los medios masivos de comunicación actuales, es el sensacionalismo; fenómeno muy relacionado con el de la violencia, tanto por la influencia de lo sensacional como factor potencializador de la violencia – toda desmesura engendra violencia -, como por el hecho de que la violencia es un recurso eficaz a la hora de captar la atención del público. La violencia, como cualquier estímulo, pierde su efecto con la repetición, por lo que para seguir atrayendo, se tiene que incrementar la intensidad de la violencia, llegándose así a un círculo vicioso: estímulo e inmunización; nuevo estímulo, más inmunización y más sutil búsqueda de emociones.¹⁸⁶

Esto es un hecho que en la industria cinematográfica es muy fácil de constatar: el cine actual es mucho más violento que todo lo que se había visto anteriormente, pero también el espectador, se ha vuelto mucho más duro y resistente a la misma violencia. Así, a un espectador acostumbrado a la violencia,

¹⁸⁶ Cfr. DI FRANCO, Carlos Alberto; "El sensacionalismo y la violencia", publicado en ALVEAR ACEVEDO, Carlos; Informar, comunicar y servir; México; Ed. MINOS; 1990; Pag. 68-69

el cine sólo puede sacudirlo apelando a la violencia extrema, que en no pocas ocasiones, encubre la carencia de mensaje y talento artístico.

En la televisión, este problema se agudiza: por una parte, un porcentaje significativo de su programación consiste en la transmisión de películas y por otra, quienes hacen los programas de televisión no suelen ser grandes artistas, por lo que es fácil que caigan en el sensacionalismo, la violencia y otros recursos de ínfimo gusto, para atraer al público. “El Arte Mayor subordina la violencia a una finalidad que por definición es estética y normalmente es también moral.”¹⁸⁷

La violencia, presente en los diferentes géneros de programas televisivos, ha invadido también, con claro carácter sensacionalista, los noticieros, dando lugar a la presentación de noticias de “nota roja” en la pantalla, e incluso creando noticieros específicos de “nota roja” – ejemplos mexicanos son, *Ciudad desnuda*, *Primer impacto*, etc. -, que convierten al espectador en un testigo directo de los hechos. Este amarillismo, se ha dado prácticamente desde la aparición del primer medio masivo: en México un ejemplo prototípico es el periódico *Alarma*, que la gente compra para ver imágenes crudas de las víctimas de la violencia. Hoy día, la televisión intenta satisfacer esa demanda de imágenes, con una programación que explota de manera creciente las miserias humanas.

¹⁸⁷ MANGO, Andrew; “¿Por qué es violenta la televisión británica?” En SORIA, Carlos; Prensa, Paz, Violencia y Terrorismo; Op. Cit. Pag. 74

Los medios, concededores de la atracción que la violencia ejerce en la gente, han sabido aprovecharla para transformar injustamente la violencia en un espectáculo. Un caso extremo, fue la transmisión televisiva de la llamada *Guerra del Pérsico*, que fue presentada como una película de largo metraje, sabiendo de antemano quien sería el ganador. Los espacios destinados a los anuncios, fueron utilizados por *La tormenta del desierto*, como si se tratara de funciones cinematográficas donde Irak ponía los muertos y Estados Unidos, las cámaras.

A las empresas televisivas saturadas de violencia y sensacionalismo, parece no interesarles las consecuencias sociales del contenido de su programación, por estar más atentas del aumento del *rating* generador de grandes beneficios económicos.

B) LA VIOLENCIA TELEVISIVA

Después de haber considerado lo que es en sí misma la violencia, su origen y tipologías, así como su generalizada presencia en los medios masivos de comunicación, se procederá al estudio de la violencia presentada específicamente en la televisión.

Bajo el término "violencia televisiva" pueden englobarse al menos, tres concepciones distintas:

1. La que hace referencia a los contenidos violentos en sus transmisiones, en cuanto reproducen escenas de violencia, ficticias o reales
2. La que abarca las llamadas "violencias simbólicas", como puede ser el presentar la intimidad como un espectáculo, y
3. La que implica la acción manipuladora de la televisión con ciertos mensajes, por la lesión causada en la libertad de la persona.

En este trabajo se atenderá principalmente a la primera de ellas, las otras dos, sólo de modo marginal en función de aquella.

a) Impacto social de la violencia televisiva

Ya se ha hecho hincapié en distintos momentos, en la primacía de la televisión sobre los otros medios, por el número de telehogares existentes y por el especial impacto que producen en el público receptor, las imágenes audiovisuales.

Hay quienes defienden la presencia de la violencia en las pantallas televisivas, afirmando que se trata de un fenómeno que ha estado presente siempre en los medios de difusión, inclusive, en las obras clásicas de la literatura universal: La Iliada, La Odisea, las Tragedias Griegas, Don Quijote de la Mancha, Los sufrimientos del joven Werther, Romeo y Julieta, etc. Sin embargo, ese mismo hecho, puede servir para señalar la gran diferencia que existe entre los efectos de la violencia en la literatura y la violencia en la televisión:

- En primer lugar, la intención del escritor en esas obras clásicas - la idea motivadora que le impulsa a escribir -, es condenatoria de la violencia injusta, la cual le sirve como asunto.
- En segundo lugar, hay que considerar el medio mismo que utiliza la literatura, es decir, la imagen verbal, el lenguaje, que es un medio indirecto que previene la pérdida de la autonomía personal y exige una actividad decodificadora, a diferencia de la imagen audiovisual que se recibe directamente y propicia la recepción pasiva y la predispuesta empatía del espectador.¹⁸⁸

Por otra parte, las horas invertidas en ver televisión y la cantidad de escenas violentas contenidas en la programación, juegan por sí solas, un papel importante con relación al impacto social de la violencia televisiva.

b) Las formas de la violencia en la televisión

La violencia presente en los contenidos televisivos, es definida por el National Television Violence Study (NTVS), como “uso de la fuerza física o cualquier amenaza de que se va a usar con la intención de dañar a un ser vivo o grupo de seres vivos”¹⁸⁹ Bajo este concepto, quedan también incluidas aquellas

¹⁸⁸ Cfr. ÁLVAREZ, Federico, “La violencia en la literatura”; ponencia publicada en: SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo, Op. Cit. Pag. 409

¹⁸⁹ DONNERSTEIN, Edward; “¿Qué tipos de violencia hay en los medios de comunicación?”; Trad. José Sanmartín y Helen Blundell; en SANMARTÍN, José/ GRISOLÍA, James, S. / GRISOLÍA, Santiago; Op. Cit. Pag. 56

consecuencias – físicamente perjudiciales para un ser vivo o grupo de seres vivos -, que se siguen de ciertos medios violentos no explícitos.

Sobre los componentes básicos de esta definición, - que cuenta con el mayor apoyo científico actual -, caben los siguientes comentarios:

1. Se trata de una acción humana, ya que se habla de una intencionalidad.
2. Se incluye exclusivamente el uso de la fuerza física o la amenaza creíble de su uso, como causante del daño, para distinguir claramente entre lo que es y no es violencia. Quedan fuera por tanto, la simple intimidación o las acciones tendientes a causar un daño psicológico o emocional, como podrían ser las humillaciones, etc.
3. Se habla de causar un daño a seres vivos, por tanto, los daños causados a seres inermes mediante la fuerza física, podrán ser violencia si dañan a seres vivos.
4. Muchos actos agresivos que quedan fuera de este concepto, pueden al igual que la violencia, contribuir a la aparición de efectos antisociales.

De acuerdo con esa definición, son tres los principales tipos de representaciones violentas en la televisión:

1. Amenazas creíbles
2. Actos comportamentales
3. Consecuencias perjudiciales

c) Efectos de la violencia televisiva

Los psicólogos, sociólogos y comunicólogos, que han estudiado los efectos de la violencia televisada, han encontrado un buen número de ellos, que van desde los cognitivos, como la formación de actitudes o la potencialización de ciertos valores y el aprendizaje de comportamientos violentos, hasta los psicosociales, como el miedo o ansiedad y la insensibilización del espectador.

1. Teorías

Los efectos de la violencia televisiva, pueden explicarse desde distintas teorías¹⁹⁰:

- **Teoría del doble mensaje de la televisión:** plantea que aunque los narradores o locutores de ciertos programas, destaquen las soluciones pacíficas y legales como las correctas, el mensaje latente de fondo, es que la fuerza se impone para lograr cualquier fin.

- **Teoría de los efectos generalizados del estímulo:** se ubica en los modelos estímulo – respuesta. Sostiene que la exposición a estímulos agresivos, aumenta la predisposición a tener comportamientos violentos. Su postulado central es que *a mayor violencia en los contenidos de los mensajes de los medios, corresponde una mayor violencia en la sociedad.* Algunos autores que

¹⁹⁰ Cfr. GARCÍA SÍLBERMAN; Op. Cit. Pag. 226-245

la apoyan son: Berkowitz (1962), Walder y Lefkowitz (1971) y Tannenbaum (1980), quienes ponen de manifiesto la capacidad de los estímulos audiovisuales para provocar excitaciones fisiológicas que elevan la intensidad emocional de los espectadores, lo cual les podría inducir a reacciones violentas.

- ***Teoría de los efectos limitados:*** dentro del mismo modelo estímulo – respuesta, esta teoría modifica la anterior señalando que la violencia televisiva no aumenta de forma general la violencia en la sociedad, sino sólo en *ciertos sectores que, por su fragilidad cultural y su predisposición psicosocial, son blanco fácil de las conductas agresivas y delincuenciales que despiertan dichos mensajes*. Los sectores considerados más vulnerables son: los niños y jóvenes, los sujetos con temperamentos agresivos y los miembros de grupos socioeconómicos desfavorecidos.

- ***Teoría del aprendizaje observacional:*** Sostiene que *la observación intensa y continua de escenas violentas genera comportamientos violentos o agresivos*. Propone que los comportamientos violentos observados en televisión, se pueden aprender y almacenar en la memoria para darle un uso futuro. Esta teoría fue desarrollada inicialmente por Bandura y Walters (1963), quienes postularon que el aprendizaje puede ocurrir por diversos mecanismos, como la observación, la imitación, la identificación y la gratificación, y que dicho aprendizaje incluye la asimilación de conceptos, ideas, actitudes, valores, normas y conductas.

- **Teoría de la exposición selectiva:** surge como fruto de la investigación en el contexto de la teoría del aprendizaje social, al demostrarse que la imitación no es indiscriminada. Esta teoría explica como *la exposición, la percepción y la retención en la memoria, son selectivas*. Por tanto, toma en cuenta el hecho de que cada persona está sujeta a numerosas influencias como la familia, cultura, educación, comunicación masiva, etc. Fue Klapper (1972) quien introdujo el concepto de exposición selectiva.

- **Teorías del cambio de actitudes:** aparece dentro del funcionalismo moderno, que supera la postura de los efectos directos e inmediatos, planteando que la mayor influencia de la televisión no radica en su capacidad de persuasión, sino en su capacidad de organizar los temas en que debe pensar la gente y sus enfoques (teoría de la agenda setting). Así, los efectos del medio más que operar directamente sobre la conducta de la audiencia, refuerzan o modifican sus normas, valores y actitudes, lo cual repercutirá en su conducta más adelante, llevándola a funcionalizar la violencia y a aceptarla como algo natural, normal y necesario en el momento de resolver ciertas situaciones o lograr determinados fines.

- **Teoría del refuerzo:** Afirma que la violencia televisiva sólo refuerza pautas de conducta violenta que ya posee el espectador y que existen otros factores que pueden contribuir a la generación de un comportamiento violento.

- **Teoría del cultivo:** Sostiene que la televisión afecta al televidente a través de su exposición acumulativa a temas repetitivos, manteniendo y modelando de esta forma, la construcción que el televidente hace de la realidad. En este sentido, la violencia televisiva penetra en la conciencia del público y se confunde con la real.

- **Teoría de la desensibilización:** plantea la hipótesis de que la exposición frecuente e intensa a contenidos violentos, conduce a la aceptación gradual de la violencia como algo natural, disminuyendo la capacidad de una respuesta adecuada frente a la violencia real.

- **Teoría de la catarsis:** Niega que la violencia presentada en la televisión produzca efectos nocivos. Por el contrario, afirma que observar violencia sirve como válvula de escape y disipa el deseo de agredir. Su hipótesis central es que quienes ven más violencia, reducen su agresividad. Sin embargo, no hay pruebas que apoyen esta teoría y existe un amplio consenso entre los psicólogos sociales en el sentido de que la catarsis no ocurre como supusieron Freud y sus seguidores.

2. Investigaciones científicas

En la actualidad, se dispone de estudios e investigaciones científicas – sobre análisis de contenidos y características de la audiencia -, que permiten saber hasta qué punto las teorías antes vistas tienen fundamento.

En 1988, el doctor Gerbner presentó a la UNESCO el informe "Violencia y terror en los medios de comunicación", donde se ofrecen los resultados de diversas investigaciones en el mundo, acerca de la violencia desplegada en los medios y la violencia en la sociedad, como respuesta a más de 4,600 peticiones de datos sobre el tema que circularon en la comunidad académica internacional.

Ese estudio realizado para la UNESCO, informó que según la evidencia disponible, "la exposición constante a las historias y escenas de violencia y terror pueden movilizar tendencias agresivas, desensibilizar y aislar otras, intimidar a muchos y disparar acciones violentas en algunos". Y concluía: "Hay una relación entre la violencia reportada por o desplegada en los medios y la violencia individual o de grupo, que es una realidad en las sociedades de nuestros días."¹⁹¹

2.1 Análisis de contenidos

Durante las tres últimas décadas, se han realizado diversos análisis de contenido, en los que se evalúa sistemáticamente la presencia de la violencia en televisión: Gerbner, Gross, Morgan y Signorelli, 1980 y 1986; Mustonen y Pulkkinen, 1993; Potter y Ware, 1987; Potter et al., 1995; Signorelli, 1990; Williams, Zabrac y Joy, 1982. Sin duda el más extenso y riguroso de estos estudios es el realizado por diez investigadores de la Universidad de California en Santa

¹⁹¹ Citado por TREJO DELARBRE, Raúl; "Violencia en los medios. La televisión ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad", en SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo, editor; El mundo de la violencia, Op. Cit. Pag. 440-441

Bárbara. Auspiciados por el *National Television Violence Study (NTVS)*, estos investigadores – entre ellos Edward Donnerstein al que seguiremos en esta exposición -, fueron subvencionados por la National Cable Television Association para hacer durante tres años consecutivos un estudio longitudinal sobre la cantidad y el contexto en el que aparecía la violencia en la televisión norteamericana. Se trata del estudio considerado como “la investigación más seria sobre el contexto en el cual aparece la violencia en ese medio.”¹⁹² Expone una serie de variables contextuales de las escenas violentas presentadas en la televisión, que afectan el modo en que influyen en el auditorio.

2.1.1 El National Television Violence Study, (NTVS)¹⁹³

El NTVS, se basa en una serie de presupuestos, procedentes de un exhaustivo estudio de los diversos trabajos científicos existentes, dedicados a evaluar los efectos de la violencia televisiva en los espectadores. Tales presupuestos, son:

1. La violencia emitida por televisión contribuye a la aparición de una serie de efectos antisociales en los espectadores. Punto en el que se coincide con las conclusiones de otros grupos de trabajo y agencias, tales como la *American Psychological Association*, la *American Medical Association*, la

¹⁹² Ibidem. Pag. 439

¹⁹³ Cfr. DONNERSTEIN, Edward; *¿Qué tipos de violencia hay en los medios de comunicación?*, Trad. José Sanmartín y Helen Blundell, ponencia publicada en SANMARTÍN, José/ GRISOLÍA, James, S./ GRISOLÍA, Santiago; Op. Cit. Pag. 45-64

National Academy of Science, el National Institute of Mental Health y la U.S. Surgeon General.

2. Existen tres tipos principales de efectos provocados por la violencia televisada:

- Aprendizaje de actitudes y conductas agresivas
- Insensibilidad ante la violencia
- Temor a ser víctima de la violencia

Aunque se trata de tres tipos distintos de efectos, a todos es común la necesidad de una mayor atención por parte de la familia, los gestores políticos y los integrantes del sector televisivo.

3. No toda manifestación violenta en televisión tiene el mismo riesgo de perjudicar a los espectadores. Esto es debido a que el material violento puede presentarse de distintas formas: implícita, explícita, mostrada de cerca o de lejos, realizada por personajes con distintas características y por distintas motivaciones, puede mostrar las consecuencias o no mostrarlas, etc. Es decir, su contexto puede variar de forma muy significativa y esto influir decisivamente en el impacto que la escenificación de violencia tenga sobre el público.

Aparece por tanto como esencial, evaluar el contexto de las escenificaciones de violencia en la televisión para poder estimar su posible impacto sobre la audiencia.

El contexto de las escenificaciones violentas.

La investigación experimental, las investigaciones longitudinales, los estudios de correlación, así como los meta – análisis, revelan la existencia de al menos, nueve rasgos contextuales diferentes que pueden influir sobre el aprendizaje de la agresión, el miedo y/o la insensibilidad emocional:

1. **La naturaleza del agresor:** la investigación científica ha puesto de manifiesto que las personas tienden a prestar atención y aprender de aquellos modelos que perciban como atractivos. Si el agresor es atractivo, probablemente tenga un rol más influyente sobre los espectadores, que un personaje neutro o carente de atractivo.
2. **La naturaleza de la víctima:** La investigación científica señala que los espectadores sienten preocupación por los personajes que les resultan atractivos y a menudo comparten sus emociones.
3. **La justificación de la violencia:** la investigación científica considera que la violencia motivada por el intento de proteger a alguien o por venganza, podría provocar la aceptación e imitación de los espectadores, en la medida en que

parezca estar justificada. Por el contrario, la violencia injustificada o malévola haría que fuera menor el riesgo de que los espectadores la imitasen o aprendiesen de ella.

4. **La presencia de armas:** Se ha puesto de manifiesto que armas tales como pistolas o los cuchillos, producen en los espectadores más violencia, porque son recursos comunmente asociados con sucesos violentos anteriores, almacenados en la memoria. Por tanto, las escenificaciones televisivas de la violencia más peligrosas para los espectadores, son aquellas en las que se hace uso de armas convencionales.

5. **La extensión y carácter gráfico de la violencia:** la violencia frecuente y reiterada, al igual que las escenas más largas y con tomas cercanas, aumenta la insensibilidad del espectador, sus temores y la posibilidad de que aprenda a comportarse agresivamente.

6. **El grado de realismo de la violencia:** Numerosos estudios ponen de manifiesto que para los espectadores son más peligrosas las representaciones realistas de la violencia que las irreales, porque favorecen tanto el aprendizaje de conductas violentas, como el incremento del sentimiento de temor e inseguridad.¹⁹⁴

¹⁹⁴ Considerar por esta razón que la violencia presentada en los dibujos animados puede ser vista como algo relativamente inocuo, es una conclusión precipitada, pues la investigación científica plantea que de hecho, lo que parece irreal a un espectador maduro, puede parecerle completamente real a un niño pequeño.

7. La recompensa o castigo de la violencia: en general, la violencia premiada o que no es abiertamente castigada, favorecen el aprendizaje de actitudes y comportamientos agresivos entre los espectadores, así como la elevación en los grados de ansiedad y pesimismo acerca de las consecuencias que la violencia real tiene. Por el contrario, el que la violencia aparezca castigada, es algo que puede servir para inhibir o reducir el aprendizaje de la agresión y disminuir sentimientos de ansiedad e inseguridad.

8. Las consecuencias de la violencia: otro aspecto importante del contexto mediático en el que ocurre una acción violenta, es si quedan reflejadas, o no, las consecuencias de las acciones agresivas. Por lo general, es probable que la presencia explícita de dolor y daño en una escenificación violenta, inhiba el aprendizaje de actitudes y comportamientos violentos.

9. El humor como acompañante, o no, de la violencia: De acuerdo a los estudios realizados, es probable que la presencia del humor contribuya al aprendizaje de la agresión, aunque no se ha analizado suficientemente el impacto de una escena violenta con y sin humor.

A continuación se presenta una tabla que muestra la relación de estos rasgos con los tres principales efectos de la violencia televisada:

RASGOS CONTEXTUALES	APRENDIZAJE DE AGRESIÓN	TEMOR	INSENSIBILIDAD
Agresor atractivo	+		
Víctima atractiva		+	
Violencia justificada	+		
Violencia Injustificada	-	+	
Armas convencionales	+		
Violencia gráfica/extensiva	+	+	+
Violencia realista	+	+	
Premios	+	+	
Castigos	-	-	
Consecuencias perjudiciales	-		
Humor	+		+

(+) Probablemente incrementa el efecto

(-) Probablemente disminuye el efecto

2.1.2 Resultados del estudio del *NTVS*

Los resultados de la hasta ahora más amplia y representativa muestra de la programación televisiva, en la historia de las ciencias sociales (casi 2,700 horas de programación televisiva por año; en total se examinó la existencia, o no, de contenidos violentos en 2,693 programas durante la temporada 1994-1995 y en

2,757 programas durante la temporada 1995-1996), reportan resultados de dos tipos:

1. Cuantitativos

Los resultados del primer año de investigación del NTVS, revelan que el 57% de los programas de televisión contienen alguna muestra de violencia. Más de 8,000 escenas violentas y 18,000 interacciones violentas están presentes en la muestra. Sólo un 4% de todos los programas violentos, planteaban un tema contra la violencia, es decir, que el 96% de los programas violentos en televisión hacía uso de la agresión como un recurso narrativo para entretener al auditorio.

En cuanto al uso de la violencia en los distintos canales y géneros, se encontraron las siguientes diferencias: la televisión por cable emite una cantidad sustancialmente mayor de programas con violencia (85%), que los canales tradicionales (44%), o el PBS (18%). Por géneros, las películas (90%) y las series (72%), contienen más violencia que los *reality-shows* (30%) y comedias (27%).

Aunque estos datos son interesantes, sólo brindan información sobre el predominio de la violencia en la televisión, por lo que los resultados relacionados sobre el contexto o modo en el que la violencia es puesta en escena, proporcionan una información complementaria de gran valor.

2. Cualitativos

➤ La violencia embellecida

El examen a que fueron sometidas las escenas violentas analizadas desde el enfoque contextual, reporta en primer término, que la violencia suele estar embellecida en televisión. El 44% de las interacciones violentas en T.V. tiene como protagonistas agresores que poseen cualidades atractivas dignas de imitarse. Casi el 40% encierra algún tipo de humor relacionado con la violencia misma o con algún ejecutor suyo. Por otra parte, el 74% de todas las escenas violentas en televisión no contiene ningún tipo de condena o castigo inmediato y casi en el 40% de los programas hay algún malvado que no es castigado nunca - o rara vez -, por sus acciones delictivas.

➤ La violencia saneada

Gran parte de la violencia en televisión está saneada: más de la mitad de las interacciones violentas no muestran dolor (55%) o daño (47%), mientras que un 40% de las interacciones comportamentales violentas no escenifican el daño ocasionado de manera realista. Esa forma irreal de presentar el dolor domina en la programación infantil, quizá por el promedio en ella, de los dibujos animados.

En resumen, los resultados de este amplio estudio ponen de manifiesto dos grandes tendencias en la programación televisiva: que la violencia invade la programación y, que gran parte de esa violencia aparece embellecida y saneada.

Cabe hacer notar que una limitación del NTVS fue el no haber evaluado la violencia en los espacios informativos, y dado que estos programas ofrecen a menudo escenas violentas o sus consecuencias perjudiciales, la presencia de la violencia en la televisión estadounidense puede ser mucho más elevada de lo que revelan los resultados del NTVS y mayores sus efectos en cuanto a la percepción de la realidad por parte de los espectadores si se toma en cuenta la particularidad de que “70% de la población adulta estadounidense se informa a través de la pantalla electrónica”¹⁹⁵

2.2 Análisis de auditorios

En cuanto a los estudios existentes sobre el auditorio, es destacable la aportación realizada por Lazarsfeld,¹⁹⁶ sociólogo cuya especialidad fue la investigación del público a través de encuestas; Así, W. Schramm y colaboradores, utilizando su método de encuestas, realizaron un estudio de gran amplitud: 6000 niños y 2000 adultos en los Estados Unidos y Canadá, que aportó información valiosa sobre las características de emisores y receptores que influyen en los efectos de la violencia televisiva: en cuanto a los primeros, reconocen en ellos intenciones básicamente comerciales, así como la presión de la publicidad, a partir de su carácter reiterativo, dispuesto a mantener el *statu quo*, situación

¹⁹⁵ FERRER RODRÍGUEZ; Op. Cit. Pag. 127

¹⁹⁶ Cfr. SCHRAMM, Wilbur; Op. Cit. Pag. 5-6

considerada como una variable para entender los cambios de valores de los sujetos. En cuanto al receptor, concluyen sus investigaciones en varios puntos:

1. El uso que se da a la televisión depende de diversas variables como la capacidad intelectual, el sexo, la edad, las normas sociales, el nivel socioeconómico, la madurez afectiva y el contexto familiar, habiéndose detectado que la clase baja, ve más televisión.
2. Las relaciones familiares y sociales insatisfactorias, producen receptores más violentos y evasivos.
3. La televisión puede contribuir al comportamiento violento en algunos casos específicos, entre los que destaca, el de los niños.¹⁹⁷

Las conclusiones anteriores, sirven sobre todo, para llamar la atención de padres de familia y legisladores, sobre la necesidad de brindar una mayor protección a los menores, con relación al uso de la televisión.

d) La violencia televisiva y los niños

Los niños son un sector de la población, especialmente vulnerable a la influencia de los actuales medios audiovisuales. “Los niños son miméticos y la

¹⁹⁷ Cfr. GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit., Pag. 258 - 261

televisión presenta la violencia como natural y cotidiana: nos acerca un modelo de sociedad donde la vida del otro tiene escaso valor”¹⁹⁸

La doctora Eleanor E. Maccoby,¹⁹⁹ hace un interesante resumen de lo que considera los resultados de mayor interés de los principales estudios sobre la influencia de la televisión en los niños, realizados en distintos países:

1. El tiempo que los niños invierten en la observación de televisión y el tipo de programas que ven, es un factor que influye en el grado de afectación de los niños.
2. Si se quieren analizar los efectos de los programas que ven los niños, no se deben tomar en cuenta solamente los contenidos de los programas infantiles, sino todo el espectro de los programas para adultos también. (En un estudio se observó que niños de los primeros años de educación primaria, dedicaban 40% del tiempo de la televisión a lo que la mayoría del auditorio llamaría programas de adultos, mientras que los niños que cursaban sexto grado, las cuatro quintas partes de los programas que veían eran programas para adultos)
3. Para los niños, igual que para los adultos, el criterio que rige al momento de elegir la programación, es el del entretenimiento. Sin embargo, aunque en

¹⁹⁸ URRRA, Javier; Violencia y medios de comunicación; en SANMARTÍN José/GRISOLÍA, James S./GRISOLÍA, Santiago; Op. Cit., Pag. 142

¹⁹⁹ MACCOBY Eleanor E.; Los efectos de la televisión sobre los niños; en SCHRAMM, Wilbur, Op. Cit. Pag. 141-152

pocas ocasiones los niños ven programas educativos, en cierto sentido, están siendo educados por los programas que ven, y si éstos tienen contenidos violentos, están mostrando a los niños, conductas violentas.

4. Con relación a los efectos de la violencia televisiva en los niños, se ha demostrado que mientras más horas invierta un niño en ver televisión, más propenso está a manifestar impulsos agresivos en las pruebas de personalidad que tienen por objeto medir los sentimientos hostiles. También existe un gran número de casos bien documentados en los cuales jóvenes delincuentes han imitado los crímenes que ven en la televisión o el cine.
5. Estudios como los realizados por Albert Bandura y colaboradores, y Paul Mussen y Eldred Rutherford, demuestran que ver programas con contenidos específicamente violentos, estimulan en cierto grado los impulsos agresivos de los niños.
6. Los niños aprenden mientras presencian las escenas televisivas, de manera que más adelante, si se les presentan las condiciones adecuadas, realizan las mismas acciones que vieron en la pantalla. En cierto sentido, se ha agregado un elemento a su repertorio de conducta potencial.
7. Los efectos acumulativos de los programas televisivos sobre las creencias y actitudes de los niños, son difíciles de medir porque pueden verse contrarrestados por una actitud contraria que aparezca en el programa que

el niño vea a continuación. Por eso, cuando un mismo tema y su enfoque es muy frecuente, como ocurre con la violencia, resulta más peligroso.

8. Un estudio australiano, demostró que los niños que ven demasiados programas sobre crímenes, no reciben estímulos indefinidamente hasta alcanzar un estado emocional intenso en cada programa; por tanto, se provoca que se sientan deprimidos y se muestren apáticos después de ver dichos programas y parecen también menos capaces de tener reacciones de buena voluntad hacia personas que se encuentren en dificultades, si se les compara con los niños que no ven tantos programas violentos.

En México, según datos del manual de campaña de Organizaciones Coordinadas para mejorar los Medios de Comunicación, "*En los medios a favor de lo mejor*", se calcula que los niños en promedio han sido expuestos a 8000 asesinatos y 100,000 acciones violentas en la televisión, al momento de terminar su educación primaria; a estas cantidades podría sumarse lo visto en videos rentados y en el cine.

Aunque la televisión no es la única ni la principal influencia que actúa sobre las actitudes y valores de los niños, su influencia no es despreciable y resulta más preocupante en niños procedentes de ambientes socioeconómicos más bajos, de familias con problemas de violencia intrafamiliar, de familias desintegradas, de padres ausentes, etc. que en México no son excepcionales.

Albert Bandura sostiene que en la etapa de formación, la televisión puede promover mecanismos de justificación y de irresponsabilización personal que luego llevan a justificar, con argumentos retorcidos, un cierto uso de la violencia.²⁰⁰

Por otra parte, los niños de hoy en muchos ambientes urbanos, presentan los siguientes agravantes:

- Ven demasiada televisión
- Han perdido *la vivencia de la calle y del barrio*, donde antes crecían y eran cuidados por todos.
- Están sumergidos en una cultura mucho más individualista que supone el encerramiento de los niños en el hogar con poca interacción con las figuras familiares, apareciendo la televisión como *niñera electrónica*.
- La televisión en la actualidad hace gala de su "libertad": se habla de todo y se puede ver todo. Nadie parece pensar en los niños. No aparecen avisos en los programas indicando su clasificación.
- La publicidad se dirige con fuerza al público infantil y se producen programas que capten su atención. Los niños aprenden viendo estos programas, que la violencia es un camino eficaz para conseguir lo que se quiere y que el motor de todo es el dinero y la satisfacción individual.

²⁰⁰ Citado por BETTETINI, Gianfranco; ACEPRENSA, 92/97, Año XXVIII, envío No. 24, del 25 de junio de 1997.

En países como Suecia, donde no se permitía la programación comercial, y fue legalizada la publicidad en radio y televisión hasta 1991, se mantuvo inalterada la restricción de la publicidad dirigida a los niños, aunque no se aplica a los canales que difunden desde el extranjero²⁰¹. Esa prohibición, refleja el consenso del público de que los niños necesitan protección especial, por cuanto son más confiados y vulnerables que los adultos.

e) La televisión como factor criminógeno

El intenso interés en los efectos que la violencia de la televisión tiene en los niños, es explicable al ver cómo, el número de adolescentes arrestados por delitos serios y violentos en Estados Unidos, aumentó en un 1600 % entre los años de 1952 y 1972, según cifras de la FBI²⁰² y que precisamente en ese periodo, la televisión cobró ascendencia en la vida de los niños estadounidenses, presentando programas con fuerte carga violenta.

Aunque el sentido común indique que la violencia en la televisión no hará que los niños normales se conviertan en delincuentes, hay que considerar que no son pocos los niños y adolescentes que en la actualidad presentan anomalías psicológicas o que viven en estados de ansiedad por distintas circunstancias.²⁰³

²⁰¹ Informe sobre Desarrollo Humano, 1998; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Mundi – Prensa, S.A., Pag. 65

²⁰² Cfr. WINN, Marie; Op. Cit. Pag. 101

²⁰³ Desde esta perspectiva, es interesante la observación resultante de los estudios realizados por el doctor Cline en la Universidad de Utha, en el sentido de que la televisión distorsiona la realidad mucho más en el caso de un niño trastornado, que en el de un niño normal, ya que esto sí puede tener alguna relación con la epidemia de delitos juveniles ocurridos durante las últimas décadas, ya que los niños que se ven envueltos en esos delitos hoy día, no son normales.

1. Causa y factor criminógenos

La criminogénesis, reconoce en los medios de comunicación un factor criminógeno.²⁰⁴ Para entender con más claridad el papel que la televisión puede jugar en el desarrollo de una conducta criminal, hace falta distinguir entre dos conceptos básicos: causa y factor.

Causa es todo aquello que produce un efecto, de manera que si se eliminara, se eliminaría también el efecto. De acuerdo con la definición de Naciones Unidas, por *causa criminógena* se entiende "la condición necesaria sin la cual un cierto comportamiento no se habría manifestado jamás."²⁰⁵ Cuando se busca la causa criminógena de una determinada conducta antisocial, se suelen encontrar cadenas causales, siendo muy difícil encontrar una causa única, suficiente por sí misma para producir el crimen; normalmente la conducta antisocial tiene una causa que se ve concurrida por concausas y por factores que contribuyeron a su final aparición.

Factor criminógeno, "es todo aquello que favorece la comisión de conductas antisociales"²⁰⁶, es decir, todo aquello que concurre para estimular al sujeto a cometer una conducta antisocial. En la criminología clínica se le llama factor causal a aquellos factores que causaron la antisocialidad del sujeto.

²⁰⁴ Cfr. TOCAVÉN GARCÍA, Roberto; Elementos de criminología infanto – juvenil; Ed. Porrúa; México, 1991, Pag. 82-84

²⁰⁵ RODRÍGUEZ MANZANERA, Luis; Criminología; 6ª edición; México; Ed. Porrúa, 1989, Pag. 466

²⁰⁶ *Ibidem* Pag. 469

Existen muchas clasificaciones de los factores criminógenos, pero una que puede ser de especial interés para la consideración de la violencia televisiva como uno de ellos, es la que se hace según su función:

- **Factores predisponentes:** de acuerdo con el maestro Di Tullio, “la predisposición a la criminalidad, es la expresión de aquel complejo de condiciones orgánicas y psíquicas, hereditarias, congénitas o adquiridas, que, acentuando las fuerzas naturales, instintivas egoístas y agresivas y debilitando las inhibitorias, hacen particularmente proclive al individuo a llegar a ser un criminal, también bajo la influencia de estímulos que quedan debajo de la línea operante sobre la masa de los individuos.”²⁰⁷ Los factores predisponentes, son de naturaleza endógena y pueden ser biológicos o psicológicos.

- **Factores preparantes:** son generalmente exógenos, pueden ser sociales o de naturaleza mixta como el alcohol. El factor preparante realiza una doble función: acentúa los activantes y aniquila los inhibidores.

- **Factores desencadenantes:** son los que precipitan los hechos. En gran parte está condicionado por el predisponente. El factor desencadenante puede ser externo o interno.

²⁰⁷ Ibidem, Pag. 476

En definitiva, la diferencia entre causa y factor radica en que la primera, produce y la segunda, favorece, la conducta criminal.

2. Niveles de interpretación en la criminología

Los niveles de interpretación que se manejan en el campo de la criminología son tres: individual, conductual y general.

- En el *nivel individual*, se estudia al sujeto autor de la conducta antisocial, denominado dentro de la terminología de la materia como *criminal*.
- En el *nivel conductual*, la conducta antisocial que comprende un principio, un desarrollo y un fin; consiste en el hecho antisocial que lesiona a la sociedad, es decir, *el crimen*.
- Al *nivel general* corresponden el conjunto de las conductas antisociales, esto es, lo que se denomina *criminalidad*.

Los factores se manejan principalmente a nivel general, pero concurren en los tres niveles, dado que muchos factores de la criminalidad, se convierten en causas del crimen y otros tantos, influyen causando la antisocialidad del criminal.

Así las cosas, y de acuerdo con lo visto sobre la violencia televisiva, ésta podría ser ubicada como un factor criminógeno preparante o desencadenante. Aunque muchos autores intentan explicar que la predisposición a la violencia

puede ser generada por la exposición excesiva de la persona a escenas violentas de la televisión, no existen pruebas suficientes de ello.

La violencia televisiva, puede considerarse como un factor preparante porque incide en la tendencia natural agresiva, incrementándola y actúa también debilitando los mecanismos inhibitorios. Puede así mismo considerarse como factor desencadenante, como lo demuestran casos de criminales predispuestos, que después de ver una escena violenta de televisión, agreden a otros.

Es notable como la criminalidad, también en México, es cada vez más precoz: las edades de iniciación en el crimen tienen una tendencia a disminuir, de manera que cada vez los delincuentes son más jóvenes. Crímenes que antes eran cometidos solamente por adultos, ahora se ven cometidos por jóvenes, en ocasiones, en evidente analogía con ciertas películas o series de televisión, que presentan una característica común que los convierte en una nueva clase de criminal: "el niño asesino que no siente el menor remordimiento y que apenas si está consciente de sus actos."²⁰⁸

Esto es lo más inquietante, los efectos deshumanizantes de largos periodos de ver televisión, que en los niños emocionalmente trastornados, puede producir esas terribles consecuencias. El verdadero problema no es que aprendan cómo ejercer la violencia viendo violencia en la televisión –aunque a veces lo hagan –,

²⁰⁸ WINN, Marie; Op. Cit. Pag. 114

sino que la televisión los condicione para tratar a la gente real como si estuvieran en la pantalla del televisor, de tal manera que puedan “apagarla” con toda naturalidad, con la misma falta de remordimiento, que si estuvieran apagando un aparato de televisión.

C) VIOLENCIA Y CENSURA EN ESTADOS UNIDOS ²⁰⁹

Después del auge alcanzado en los años 1955 y 1956, por los programas estilo *western*, en el primer año de los sesenta, la serie “Los Intocables”, transmitida por ABC, fue el programa más visto, pero, también el más violento de la televisión norteamericana. Con ese estilo de telefilmes ABC fue ganando territorio entre las cadenas televisivas. En esa década, las actividades de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), desconocidas por la mayoría de la población, podían ser vistas en representaciones televisivas que abordaban temas como el espionaje, lucha internacional con énfasis en guerras clandestinas y la incógnita de las armas secretas de otro país. La serie más representativa fue “Misión imposible”.

Durante la guerra de Vietnam, al mismo tiempo que el Departamento de la Defensa controlaba el material que podía salir al aire, los niños presenciaban en la televisión, programas violentos patrocinados por fabricantes de juguetes beligerantes.

²⁰⁹ Cfr. BARNOUW, Erik; *Tube of pentv. The evolution of american television*; Oxford University Press; E.U.; 1990, Pag. 212- 434

En 1968, el asesinato de Martin Luther King, líder en el movimiento pacífico de los derechos civiles de la gente de color, causó violencia, llanto y disturbios en varias ciudades. El funeral fue transmitido en vivo. En esos momentos, muchos culparon a Vietnam por la violencia que se veía, otros, a la venta fácil de armas e inclusive a la televisión misma.

La programación comenzó a cambiar, se cancelaron programas con contenidos violentos y se multiplicaron los programas que trataban temas familiares, empezándose a utilizar el recurso novedoso de incluir como personajes visitantes a actores que colaboraban cotidianamente en otras series al aire. A partir de 1970, el Congreso informó que ya no habría anuncios de cigarrillos en la televisión, por ser nocivos para la salud.

Arthur Taylor, un ejecutivo de CBS, logró que la Comisión Federal para las Comunicaciones (FCC) adoptara la Asociación Nacional de Código de Autoridad de Transmisoras, que establecía una política de programación para las horas en que la familia ve televisión - de siete a nueve, tiempo Este y de seis a ocho, hora Central -, pero no era suficiente, puesto que más tarde había más violencia y no todos los niños estaban dormidos. En 1979 se dictaminó que la hora de familia violaba la Constitución que otorga la libertad de expresión. A partir de entonces, sería cada estación la que decidiría los espacios familiares y sus horarios. Aún con apelaciones, ya no se volvió a implementar la medida.

Sin embargo, más recientemente, en 1998, y como resultado de los estudios realizados en ese país sobre la violencia televisiva, el gobierno ha decidido adoptar una medida de protección contra sus posibles efectos, - pese a las protestas de ciertos grupos ultraliberales -, que consiste en la instalación de un sistema conocido como v-chip - el chip antiviolencia -, en todos los televisores y computadoras²¹⁰ que se vendan en Estados Unidos a partir del año 2000, según un reglamento dado a conocer por la FCC.

Según la comisaria de la FCC, Gloria Tristani, el V-chip es básicamente un mando a distancia de muy largo alcance, que permitirá a los padres un mejor control de lo que sus hijos ven en la televisión. Organismos independientes revisan los programas de las diversas cadenas y le dan una valoración, según contenga escenas violentas o eróticas o si se utiliza lenguaje inadecuado. Así, los padres no tendrán más que poner el listón donde lo deseen: que la violencia no pase de 4, el erotismo de 3 y las palabrotas de 5, por ejemplo. Cuando un programe se pase, el televisor se quedará en negro y sin sonido.

Esta medida, que también será adoptada en Canadá,²¹¹ parece ser una solución intermedia entre las posturas radicales de censura implacable y de tolerancia extrema. Aunque no es una solución perfecta y tiene aún aspectos por

²¹⁰ Sólo para controlar los contenidos ofrecidos por televisión, dado que hoy en día las computadoras pueden recibir emisiones televisivas. Por tanto, los videos, fotografías, etc. que se reciban por internet, quedan exentos de ser controlados.

²¹¹ Cfr. http://www.umqncncton.ca/mujicam/radio/puce_v.htm

determinar,²¹² aparece como una aportación atractiva que el mismo avance tecnológico ofrece.

D) LA VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN MEXICANA.

La televisión mexicana, al igual que otros aspectos sociales, políticos y económicos del país, está condicionada por la influencia de modelos norteamericanos. Por esa razón, en México, como en Estados Unidos, la televisión se rige por su función comercial antes que por su función social, es decir, por la ley de la oferta y la demanda.

En el ámbito televisivo, la demanda se mide por medio de *ratings* y es una realidad que al público le gusta ver violencia y que a los medios les resulta muy fácil y barato recurrir a ese elemento para atraer telespectadores. No cabe duda que así como los gustos del público influyen en la producción televisiva, los medios también influyen en el gusto del público porque “el gusto público es a la vez causa y efecto del material de los medios”.²¹³

Se sabe que las personas con relativamente poca cultura, son las que están más tiempo expuestas a los mensajes de la televisión y que de hecho, la publicidad se dirige principalmente a la clase media y media baja, que constituye

²¹² Criterio para hacer la clasificación de los programas, sectores que quedarían fuera de ese control: deportes, noticiarios y otros programas en vivo, etc.

²¹³ DE FLEUR, M.L./BALL ROKEACH, S.J.; Teorías de la comunicación de masas, Trad. Juan Soler Chic; México; Ed. Paidós; 1997; Pag.175

el mayor grupo social en cuanto a capacidad de compra; no sorprende por tanto, que los medios tomen en cuenta sus gustos y preferencias, pero sí sorprende la comodidad con que lo hace y la ausencia de interés por elevar el nivel cultural de la población.²¹⁴

a) Contenidos violentos en la programación nacional

Antes de la aparición en México de Televisión Azteca, la violencia en la pantalla televisiva, dependía de la programación importada, mientras que la producción nacional no destacaba en ese sentido, pues Televisa no tenía necesidad de recurrir a los contenidos violentos para acaparar televidentes. Al iniciarse la guerra entre esas dos empresas televisivas, el panorama cambió, los dos consorcios han crecido y logrado mayores ganancias por medio de la publicidad, atrayendo un mayor número de televidentes. Fue así como a las propuestas "innovadoras" de TV AZTECA: *Nada personal* y *Mirada de mujer* (violencia e infidelidad), *Ciudad Desnuda* (más violencia y sensacionalismo), etc., respondió TELEVISA con programas muy similares: *Duro y Directo*, *La Usurpadora*, etc.

Aunque se carece de estudios amplios y bien fundamentados, que proporcionen datos nacionales recientes sobre el contenido violento en la

²¹⁴ Más aún cuando se considera el contenido del artículo cinco del Reglamento de la LFRT, que dice "Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan el propósito de ennoblecer los gustos del auditorio"

programación comercial, la constatación empírica diaria, basta para comprobar que existe un problema con la televisión en ese sentido. Se sabe que en México, los cinco canales de alcance nacional (2,5,7,9 y 13) programan en conjunto, 60% de programas nacionales y 40% de extranjeros, 90% de los cuales proviene de Estados Unidos y de éstos, el 85% presenta contenidos con violencia explícita. En cuanto a la televisión por cable, señal restringida y satélite, prevalece la programación estadounidense, que en ocasiones se transmite incluso en inglés. Por otro lado, las cadenas de video renta, ofrecen 80% de películas estadounidenses y 10% de mexicanas.²¹⁵ Por todo esto, los estudios antes vistos, sobre la violencia televisiva en Estados Unidos, son en gran medida aplicables a México.

La misma Hillary Clinton, en el discurso que pronunció en *The Annual Meeting of the world Economic Forum*, del 2 de febrero de 1998 en Davos, Suiza, afirmó:

" La cultura norteamericana es la más grande exportación de Norteamérica. Exportamos nuestra moda, nuestra música, nuestras películas." "...estamos dominados por la televisión comercial, tenemos un implacable, constante mensaje del placer materialista del consumo, combinado con la gratificación instantánea que seguramente afecta a nuestros niños, si no a nuestros adultos. Combinamos esto con el tipo de programación que es popular en la televisión norteamericana, ahora empezamos a investigar, demostrando así que el nivel de violencia que ven nuestros niños los desensibiliza, los afecta en la forma de ver al mundo, disminuye su empatía, los vuelve más apáticos, menos capaces de evaluar sus vidas en

²¹⁵ GARCÍA SILBERMAN; Op. Cit. Pag. 414-415

términos que no sean puramente materialistas” “... traten de mejorar la cultura norteamericana...”

En nuestro país, si bien es cierto que han salido del aire algunos programas que podían ser calificados de “nota roja”,²¹⁶ el problema persiste. Para constatar este hecho, se presenta a continuación un amplio elenco de programas – exclusivamente de los canales de televisión abierta en red nacional y sin tomar en cuenta la transmisión de películas y telenovelas -, con manifiesto contenido violento:

PROGRAMA	CANAL	HORARIO	HRS/SEM.
<i>Lo extraordinario</i>	4	5-6 p.m. (Domingo)	1hr.
<i>Misterios sin resolver</i>	4	6-7 p.m. (Domingo)	1hr.
<i>Historias asombrosas</i>	4	9-10 p.m. (Domingo)	1hr.
<i>Dimensión desconocida</i>	4	11-11:30 p.m. (Dgo.)	½ hr.
<i>Rescate Salvaje</i>	4	5-5:30 p.m. (Sábado)	
<i>Lo insólito</i>	4	5:30-6 p.m. (sábado)	½ hr.
<i>Catástrofe</i>	4	8-8:30 p.m. (sábado)	½ hr.
<i>S.O.S.</i>	4	10-10:30 p.m. (sábado)	½ hr.
<i>Power Rangers</i>	5	10-10:30 a.m. (lunes a viernes)	2 ½ hrs.
<i>Dragon Ball</i>	5	4:30-5:00 p.m. (lunes a viernes)	2 ½ hrs.
<i>Dragon Ball Z</i>	5	8:30-9:00 p.m. (lunes a viernes)	2 ½ hrs.

²¹⁶ Tales como Ciudad Desnuda, Visión Urbana, Primer plano policiaco, Cámara y Delito, etc.

<i>Duro y Directo</i>	9	7:30-9:00 p.m. (lunes, jueves, viernes) 4:30-6:00 a.m. (lunes a sábado)	4 ½ hrs. 9 Hrs
<i>Primer Impacto</i>	9	3-4 y 6-7 a.m. (sábado)	2 hrs.
<i>Primer impacto extra</i>	9	11-12 p.m. (miércoles) 12:30 p.m. -1:00 a.m. (miércoles, jueves y viernes)	1 hr. 1 ½ hrs.
<i>Increíble, salieron vivos</i>	7	6:30-7 p.m. (lunes)	½ hr.
<i>¿Le temes a la oscuridad?</i>	4	8-8:30 p.m. (lunes a viernes)	2 ½ hrs.
<i>Escalofríos</i>	4	8:30-9 p.m. (lunes a viernes)	2 ½ hrs.
<i>La ley y el orden</i>	4	11-12 p.m. (lunes a viernes)	5 hrs.
<i>Crónicas de lo paranormal</i>	5	10-11 p.m. (miércoles)	1 hr.
<i>Los expedientes secretos X</i>	5	11-11:50 p.m. (jueves)	50'
TOTAL DE HORAS:			43 hrs, 20'

Fuente: teleguía , semana del 10 al 16 de julio de 1999.

b) Estudio cuantitativo y cualitativo contextual de la violencia en dos programas de la televisión abierta en red nacional.

Como una muestra de la realidad actual de la televisión mexicana, se presentan a continuación, los reportes del análisis de una semana de transmisiones de dos programas de televisión - uno infantil y otro noticioso -, donde se refleja la cantidad de violencia transmitida, los contextos en que ésta se

presenta y el posible impacto en los espectadores, de acuerdo con lo visto sobre el tema.

De esta manera, se pretende concluir este capítulo habiendo logrado, entre otras cosas, superar dos dificultades que suelen enfrentarse ante el tema de la violencia televisiva: la indefinición de lo que es violento en televisión y el hecho de que todo mundo habla de la programación infantil, sin apenas verla.

Los programas analizados, cuyos reportes se presentan a continuación, son:

1. **DRAGON BALL Z** (transmisiones del 10 al 14 de mayo de 1999)
2. **NOTICIARIO HECHOS** (transmisiones del 26 al 30 de julio de 1999)

**ANÁLISIS CUANTITATIVO CONTEXTUAL DE LOS CONTENIDOS VIOLENTOS DEL
PROGRAMA INFANTIL DRAGON BALL Z**

- REPORTE -

I. PROGRAMA ANALIZADO: DRAGON BALL Z

GÉNERO: Caricaturas
CANAL: 5 (TELEVISA)
HORARIO: 8:30 – 9:00 p.m. lunes a viernes

Se trata de una serie animada que presenta varios personajes sumamente violentos. En casi todos los capítulos se recurre a la violencia, por la violencia. Los personajes, dominados por la ira, suelen resolver sus conflictos por medio de las armas, el uso de poderes especiales, o la lucha cuerpo a cuerpo. Tiene como característica, que el combate es la principal atracción del programa.

No se buscan soluciones por otros medios. En Dragon Ball Z, los guerreros son presentados como heroicos, aunque detrás de ellos, sólo pueden encontrarse personalidades irascibles, violentas y vengativas, simbolizadas con la imagen caricaturizada de muñequitos con peinados que terminan en punta, visten de colores intensos, tienen una mirada agresiva y utilizan un vocabulario ofensivo.

Según reporte de IBOPE,²¹⁷ durante la semana del 28 de junio al cuatro de julio de 1999, Dragon Ball Z, obtuvo 17.3 puntos de rating y ocupó el 4º puesto en la programación total del canal cinco de Televisa.

²¹⁷ Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística, (Compañía de mayor prestigio en México, en el área de medición electrónica de audiencia de televisión). Forma parte de la Red Latinpanel, que estudia los hábitos de ver televisión en Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, México, Perú, Uruguay y Venezuela)

II. OBJETIVO DEL ANÁLISIS

- A. Cuantificar las escenas violentas en cada capítulo analizado y los actos violentos que las componen.
- B. Detectar rasgos contextuales que pueden influir sobre los riesgos asociados con la violencia en televisión.

III. METODOLOGÍA APLICADA PARA ESTA INVESTIGACIÓN

A. TIPO DE ANÁLISIS: Cuantitativo y contextual

B. UNIVERSO: transmisión de la serie animada Dragon Ball Z, de los días 10, 11, 12, 13 y 14 de mayo de 1999.

C. UNIDAD DE ANÁLISIS: Se designó como unidad de análisis cada uno de los cinco capítulos de treinta minutos, transmitidos durante una semana elegida al azar, para este estudio.

D. CATEGORÍAS MANEJADAS EN ESTE ANÁLISIS:

1. Escenas violentas y escenas no violentas²¹⁸
2. Actos violentos
3. Rasgos contextuales

²¹⁸ En el lenguaje audiovisual televisivo, cinematográfico o videográfico, la escena es definida como una unidad de tiempo dramático y espacial. Es decir, define generalmente un mismo escenario y sucede una misma situación dramática. Aunque el espectador común no accede racionalmente a una comprensión de este tipo, naturalmente la percibe como unidad. Serán violentas, aquellas escenas que contengan actos de violencia y no violentas, las que carezcan de ellos.

E. HOJA DE CODIFICACIÓN:

1. Programa, fecha de emisión, horario, canal, título del capítulo.
2. Identificación de escena, carácter violento o no violento de la escena, actos de violencia, rasgos contextuales.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL ANÁLISIS ²¹⁹**A. DATOS GENERALES:**

Tiempo total de transmisión:	2 horas 30 minutos
Tiempo invertido en comerciales:	40 minutos
Tiempo efectivo de caricaturas:	1 hora 50 minutos
Número total de escenas violentas:	41
Número total de actos violentos transmitidos:	262
Frecuencia promedio:	2.38 actos violentos por minuto.

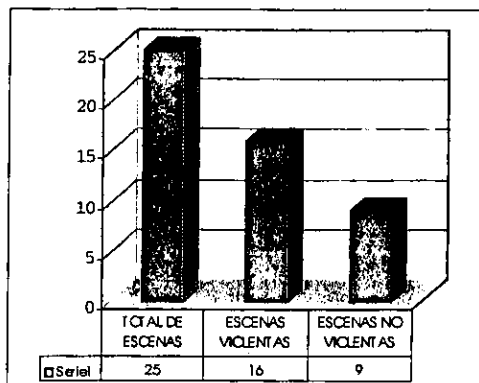
²¹⁹ Se anexan al final de este reporte las hojas de codificación utilizadas.

B. GRÁFICAS RESULTANTES SOBRE EL NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS EN CADA UNIDAD DE ANÁLISIS Y SU COMPOSICIÓN.

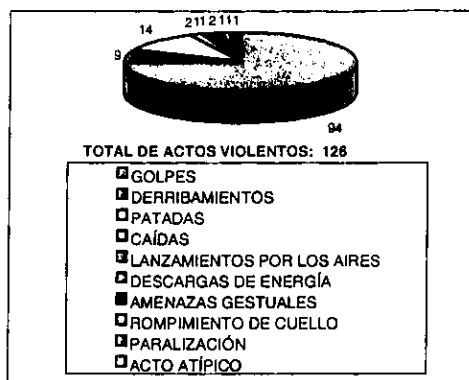
DRAGON BALL Z

UNIDAD DE ANÁLISIS: LUNES 10-V-99

NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS



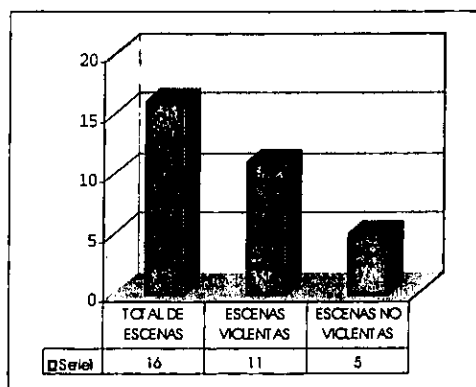
COMPOSICIÓN DE LAS ESCENAS VIOLENTAS



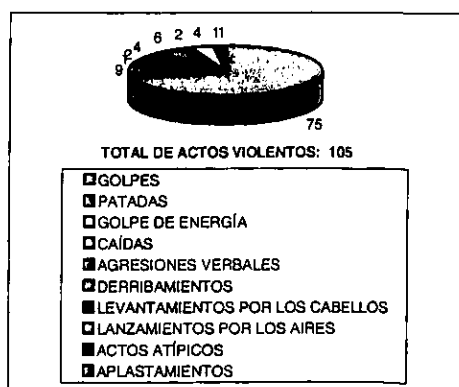
DRAGON BALL Z

UNIDAD DE ANÁLISIS: MARTES 11-V-99

NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS



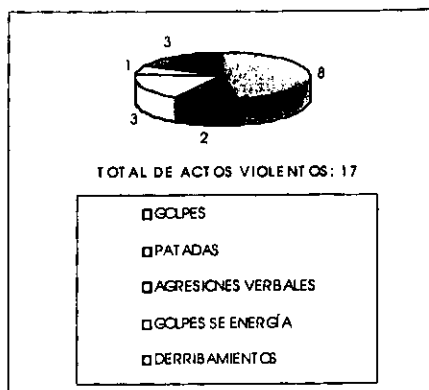
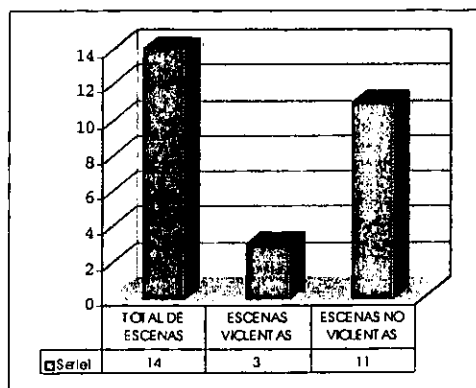
COMPOSICIÓN DE LAS ESCENAS VIOLENTAS



DRAGON BALL Z
UNIDAD DE ANÁLISIS: MIÉRCOLES 12-V-99

NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS

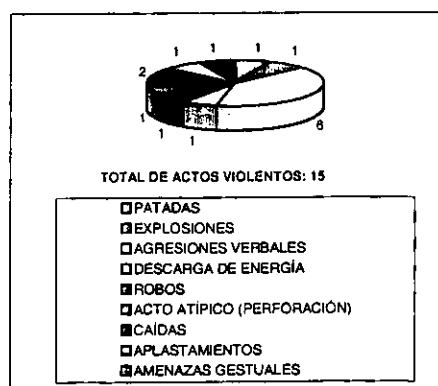
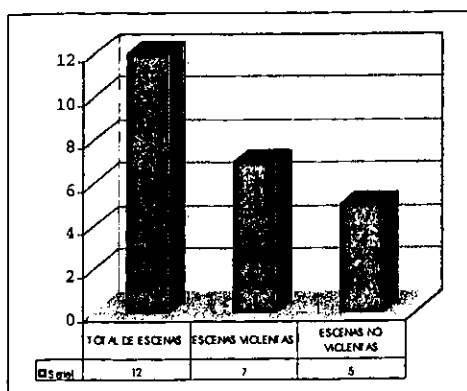
COMPOSICIÓN DE LAS ESCENAS VIOLENTAS



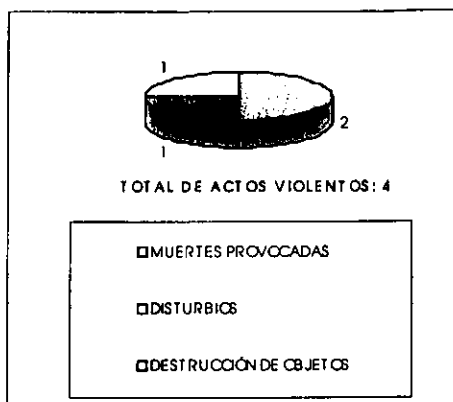
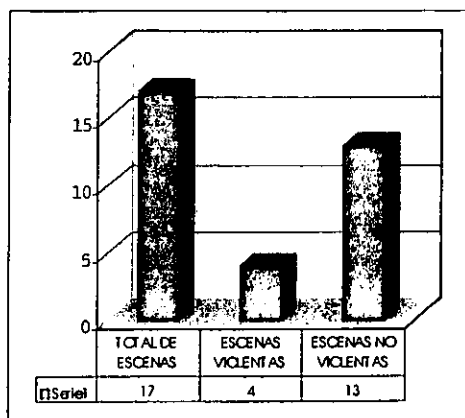
DRAGON BALL Z
UNIDAD DE ANÁLISIS: JUEVES 13-V-99

NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS

COMPOSICIÓN DE LAS ESCENAS VIOLENTAS



DRAGON BALL Z
UNIDAD DE ANÁLISIS: VIERNES 14-V-99

NÚMERO DE ESCENAS VIOLENTAS**COMPOSICIÓN DE LAS ESCENAS VIOLENTAS**

C. Rasgos contextuales que pueden influir en los riesgos que lleva consigo la presentación de violencia en televisión.

En los cinco capítulos analizados, correspondientes a la semana del 10 al 14 de mayo de 1999, se observó la presencia reiterada de los siguientes rasgos contextuales:

1. **VIOLENCIA JUSTIFICADA:** como recurso para solucionar problemas, para restablecer la justicia, para divertirse, para ganar un premio.

2. **VIOLENCIA INJUSTIFICADA:** cuando en el torneo se golpea salvajemente al combatiente vencido e inconsciente y, en general, la violencia malévola presentada en distintos momentos.
3. **VIOLENCIA GRÁFICA EXTENSIVA:** mediante escenas largas de especial sadismo y con tomas cercanas, de varios combates y las muertes del último capítulo analizado.
4. **VIOLENCIA REALISTA:** al provocar el desangramiento de la combatiente y su hospitalización.
5. **VÍCTIMA ATRACTIVA:** heroína simpática
6. **SIN CONSECUENCIAS PERJUDICIALES:** en repetidas ocasiones, las consecuencias de los rudos ataques son temporales o superables mediante recursos sobrehumanos.
7. **VIOLENCIA ASOCIADA AL HUMOR:** actuaciones de Mr. Satán.
8. **VIOLENCIA PREMIADA:** reconocimiento y aceptación del agresor más fuerte.

De acuerdo con lo expuesto en el cuerpo de este capítulo, tales notas, pueden producir los siguientes efectos en los niños televidentes:

RASGOS CONTEXTUALES PRESENTADOS EN DRAGON BALL Z (10-14-V-99)	POSIBLES EFECTOS		
	APRENDIZAJE DE CONDUCTAS AGRESIVAS	TEMOR	INSENSIBILIDAD
Violencia Justificada	↑		
Violencia Injustificada	↓	↑	
Violencia gráfica extensiva	↑	↑	↑
Violencia realista	↑	↑	
Víctima Atractiva		↑	
Violencia asociada al humor	↑		↑
Violencia premiada	↑	↑	

ANEXO: Hojas de codificación de cada unidad de análisis (1,2,3,4 y 5)

HOJA DE CODIFICACIÓN 1			
PROGRAMA: Dragon Ball Z			
FECHA DE EMISIÓN: lunes 10-V-99			
HORARIO: 8:30 a 9:30 p.m.			
CANAL: 5 (TELEvisa)			
TÍTULO DEL CAPÍTULO: "El misterio de Spopovich"			
IDENTIFICACIÓN DE LA ESCENA	CARÁCTER VIOLENTO	ACTOS DE VIOLENCIA	RASGOS CONTEXTUALES
1. Entrada al Estadio	Sí	1 Amenaza gestual continua	- Los combatientes son un enorme y desagradable hombre y una niña.
2. Salida del supremo Kayosama, encuentro con Pícoro.	No		
3. Espectadores, combatientes y anuncio del combate.	Sí	1 Amenaza gestual continua	- El público anima a la niña a acabar con Spopovich.
4. Diálogo entre el supremo Kayosama y Pícoro	Sí	1 Descarga de energía paralizante sobre Pícoro	
5. Inicia el combate	Sí	32 golpes	- El agresor es la niña.
6. Conclusión del diálogo de la escena 4	Sí	1 Paralización y quejas de Pícoro	
7. Historia de los Kayosama y reflexiones de Pícoro	No		
8. Nuevo personaje habla con Pícoro.	No		
9. Combate.	Sí	1 patada 1 derribamiento	- El agresor es la niña

10. Reanudación del combate	Sí	35 golpes 1 patada	- El agresor es la niña
11. Espectadores hablan de Spopovich	No		
12. Combate	Sí	1 golpe 1 caída 2 derribamientos 1 patada	- El agresor es la niña
13. Reanudación del combate	Sí	6 golpes 5 patadas	- El agresor es la niña
14. Diálogo entre espectadores	No		
15. Combate.	Sí	2 golpes 1 patada 1 derribamiento	- Se alaban las habilidades de la niña para el combate
16. Recuperación de Spopovich	No		
17. Reanudación del combate y aparente final	Sí	1 patada 15 golpes 2 derribamientos	- Más alabanzas para la niña
18. Spopovich se levanta.	No		
19. Ataque de Spopovich	Sí	1 golpe lanzamiento	- La niña pasa de ser agresor a víctima. - Se le anima a ser fuerte y volver a atacar: "sí no, no podrás ser la esposa de Gohan"
20. Se reanuda el combate	Sí	1 patada 1 derribamiento 1 lanzamiento por los aires	- Usando super poderes la niña no cae fuera de la plataforma
21. La niña comienza a volar.	No		

22. Informan a Mr. Satán, que su hija está siendo atacada por Spopovich	No		- El padre piensa que la niña se está divirtiendo en el tomo
23. Sigue el combate y aparentemente termina con la muerte de Spopovich	Sí	1 golpe 2 patadas 1 rompimiento de cuello y caída	- Un personaje del público le cubre los ojos a un bebé para que no vea la muerte de Spopovich
24. Recuperación del opositor vencido y reanudación de la pelea	Sí	1 autogiro de cabeza con crujir de huesos, para acomodarla en su lugar (acto atípico) 1 patada 1 derribamiento	- Se eliminan las consecuencias naturales de los actos violentos.
25. Empiezan a combatir en el aire	Sí	1 golpe	- La niña comienza a sangrar - Desaprueban la actitud de Spopovich, pero no se detiene la pelea.
<p>RESUMEN DEL LUNES 10-V-99: TOTAL DE ESCENAS: 25 VIOLENTAS: 16 NO VIOLENTAS: 9 TOTAL DE ACTOS VIOLENTOS: 94 golpes; 9 derribamientos; 14 patadas; 2 caídas; 1 lanzamiento por los alres; 1 descarga de energía; 2 amenazas gestuales; 1 rompimiento de cuello; 1 paralización; 1 acto atípico</p>			
<p style="text-align: right;">HOJA DE CODIFICACIÓN 2</p> <p>PROGRAMA: Dragon Ball Z FECHA DE EMISIÓN: martes 11-V-99 HORARIO: 8:30 a 9:30 p.m. CANAL: 5 (TELEVISA)</p> <p>TÍTULO DEL CAPÍTULO: "Gohan se enfurece"</p>			
IDENTIFICACIÓN DE LA ESCENA	CARÁCTER VIOLENTO	ACTOS DE VIOLENCIA	RASGOS CONTEXTUALES
1. Combate aéreo	Sí	1 golpe de energía 1 caída	- Risa sádica del agresor y temor de la víctima.

2. Diálogos entre espectadores	No		
3. Combate sobre la plataforma	Sí	20 golpes 7 patadas 1 lanzamiento por los aires 2 derribamientos 3	- Seis golpes se dan a la niña ya inconsciente
4. Notifican a Mr. Satán que su hija está siendo atacada por Spopovich	No		
5. Sigue el combate	Sí	18 golpes 1 lanzamiento por los aires 1 derribamiento 1 girar por los aires a la víctima (acto atípico)	- Sadismo (violencia gráfica extensiva)
6. Diálogo entre espectadores	Sí	1 derribamiento	
7. La niña se levanta y continúa el combate	Sí	21 golpes 1 patada 1 lanzamiento por los aires	- 9 golpes sobre el rostro de la niña
8. Llega un contingente de guardias	No		
9. Combate	Sí	14 golpes 1 caída 1 derribamiento 1 lanzamiento por los aires 1 levantamiento por los cabellos	- se golpea a la niña inconsciente y sostenida en aire por los cabellos - El público se tapa los ojos
10. El gran Sayamán pide se suspenda la lucha. La lucha continúa y Gohan se enfurece	Sí	1 agresión verbal 1 levantamiento por los cabellos 1 golpe 1 derribamiento 1 aplastamiento	- sadismo
11. Gohan se convierte en supersayayín	Sí	1 amenaza verbal y gestual	
12. Termina la pelea	Sí	1 patada	- La última patada es sobre la cara de la niña inconsciente.

13. Gohan atiende a la herida	Sí	1 amenaza verbal de venganza	
14. Informan a Mr. Satán el estado de su hija	No		
15. La niña es llevada al hospital	Sí	1 agresión verbal	- La víctima pide venganza
16. Karím envía las semillas del ermitaño para curar a la niña	No		
<p>RESUMEN DEL MARTES 11-V-99 TOTAL DE ESCENAS: 16; VIOLENTAS: 11; NO VIOLENTAS: 5 TOTAL DE ACTOS VIOLENTOS: 75 golpes; 9 patadas; 1 golpe de energía; 2 caídas; 4 agresiones verbales; 6 derribamientos; 2 levantamientos por los cabellos; 4 lanzamientos por los aires; 1 acto atípico.</p>			

HOJA DE CODIFICACIÓN 3			
<p>PROGRAMA: Dragon Ball Z FECHA DE EMISIÓN: miércoles 12-V-99 HORARIO: 8:30 a 9:30 p.m. CANAL: 5 (TELEVISIA)</p> <p>TÍTULO DEL CAPÍTULO: "El cuarto combate"</p>			
IDENTIFICACIÓN DE LA ESCENA	CARÁCTER VIOLENTO	ACTOS DE VIOLENCIA	RASGOS CONTEXTUALES
1. Mr. Satán recuerda su enfrentamiento pasado con Spopovich	Sí	8 golpes 2 patadas 2 derribamientos	
2. Viden hospitalizada	No		- visión sangrienta de la niña malherida
3. Amigos de Viden platican	Sí	2 agresiones verbales 1 golpe de energía destructora	

4. Reunión con el maestro Kain	No		
5. Preparativos de Spopovich	No		
6. Público del torneo y anuncio del 4º combate	No		
7. Llegan las semillas del ermitaño	No		
8. Reflexiones entre combatientes y diálogo entre niños	No		
9. Viden es curada con las semillas del ermitaño	Sí	1 agresión verbal 1 derribamiento	
10. Llegada de Gohan al estadio y anuncio del 4º combate	No		
11. Descubren identidad de Gohan	No		
12. Diálogo entre combatientes	No		
13. Explicaciones del supremo Kayosama	No		
14. Gohan se dispone a transformarse	No		

RESUMEN DEL MIÉRCOLES 12-V-99

TOTAL DE ESCENAS: 14 VIOLENTAS: 3 NO VIOLENTAS: 11

TOTAL DE ACTOS VIOLENTOS: 8 golpes; 2 patadas; 3 derribamientos; 3 agresiones verbales; 1 golpe de energía.

HOJA DE CODIFICACIÓN 4

PROGRAMA: Dragon Ball Z
FECHA DE EMISIÓN: jueves 13-V-99
HORARIO: 8:30 a 9:30 p.m.
CANAL: 5 (TELEVISA)

TÍTULO DEL CAPÍTULO: "El poder de Gohan es robado"

IDENTIFICACIÓN DE LA ESCENA	CARÁCTER VIOLENTO	ACTOS DE VIOLENCIA	RASGOS CONTEXTUALES
1. El supremo Kayosama explica lo que está ocurriendo	No		
2. Gohan se convierte	Sí	1 destrucción de objetos (piso) por descarga de energía.	- Después de destruir toda la plataforma, cada pieza vuelve a su lugar
3. Diálogos entre espectadores	No		
4. Robo de la energía de Gohan	Sí	1 perforación (acto atípico) 1 agresión verbal (amenaza de muerte) 1 robo violento 1 caída	
5. Explicación del supremo Kayosama y salida de éste tras los ladrones	No		
6. Diálogo entre combatientes y seguimiento del Kayosama	Sí	3 agresiones verbales	
7. Recuperación de Gohan	Sí	1 amenaza gestual	

8. Llegada de Mr. Satán al estadio	Sí	1 agresión verbal 1 patada 1 caída	- Ira incontinida y actos violentos presentados humorísticamente
9. Gohan, Viden y otros personajes parten en seguimiento del Kayosama.	Sí	1 aplastamiento y disturbio general entre el público.	
10. Trayectoria del vuelo de los ladrones	No		
11. Vuelo de los perseguidores y narración de la historia del malvado mago Babidi.	Sí	1 explosión provocada de planetas 1 agresión verbal	- Se narran historias de hechos violentos
12. Recapitulación del narrador.	No		- Se presenta como necesario el uso de la fuerza.

RESUMEN DEL JUEVES 13-V-99**TOTAL DE ESCENAS: 12; VIOLENTAS: 7 NO VIOLENTAS: 5****TOTAL DE ACTOS VIOLENTOS: 1 patada; 1 explosión; 6 agresiones verbales; 1 descarga de energía destructora; 1 robo; 1 perforación (acto atípico); 2 caídas; 1 aplastamiento; 1 amenaza gestual.****HOJA DE CODIFICACIÓN 5****PROGRAMA: Dragon Ball Z****FECHA DE EMISIÓN: viernes 14-V-99****HORARIO: 8:30 a 9:30 p.m.****CANAL: 5 (TELEVISA)****TÍTULO DEL CAPÍTULO: "El malvado mago Babidi"**

IDENTIFICACIÓN DE LA ESCENA	CARÁCTER VIOLENTO	ACTOS DE VIOLENCIA	RASGOS CONTEXTUALES
1. Vuelo de los ladrones de energía. Parajes extraños	Sí	1 destrucción de objetos (nidos) al paso de los voladores.	

2. Vuelo del Kayosama y sus aliados. Diálogo.	No		
3. Continuación del vuelo. Definición de la misión a realizar.	No		- Se presenta la violencia como solución del conflicto
4. Continuación del vuelo. Se desentraña el misterio de Spopovich y lo que hicieron a Gohan	No		- Narración de historias violentas
5. Prosigue el vuelo y la narración de la historia del mago Babidí y otros siniestros personajes	No		- Narración de historias violentas
6. Público del torneo en la tierra	Sí	1	Disturbio general con avalancha de golpes con objetos
7. Continuación del vuelo. Diálogo entre Viden y Gohan	No		
8. Regreso de Viden a la tierra y continuación del vuelo de los demás	No		
9. Vuelo de los ladrones. Diferentes parajes	No		
10. Gohan unifica su vuelo al del Kayosama y sus aliados	No		- aseguran que se van a divertir en su misión de exterminio
11. Extraño personaje sale de nave espacial y recibe a los ladrones	No		
12. El Kayosama y sus aliados descienden	No		

13. Observación de lo que ocurre y preparación para el ataque	No		
14. Aparición del Mago Babidí y el Rey de las Tinieblas	No		
15. Diálogos de los observadores. Uno de los aliados se retira	No		
16. Babidí recibe el recipiente de la energía pura robada a Gohan y mata a uno de los ladrones	Sí	1 muerte a causa de una descarga de energía exterminadora	- se muestra el proceso lento y doloroso de la muerte
17. Segundo ladrón es exterminado cuando intenta huir volando.	Sí	1 muerte con disparo de arma especial	- violencia realista
<p>RESUMEN DEL VIERNES 14-V-99 TOTAL DE ESCENAS: 17 VIOLENTAS: 4 NO VIOLENTAS: 13 TOTAL DE ACTOS VIOLENTOS: 2 muertes provocadas; 1 disturbio general; 1 destrucción de objetos.</p>			

I. PROGRAMA ANALIZADO: NOTICARIO HECHOS

GÉNERO:	Noticario
CANAL:	13 (T.V. AZTECA)
HORARIO:	10:30 a 11:30 p.m. de lunes a viernes
MUESTRA:	Semana del 26 al 30 de julio de 1999

II. OBJETIVO DEL ANÁLISIS

A. Cuantificar la información sobre hechos violentos transmitida en un noticario de la televisión abierta en red nacional, durante una semana elegida al azar, haciendo el comparativo con los otros temas abordados en el mismo.

B. Relacionar los resultados del análisis cuantitativo, con la teoría de la agenda – setting y otros aspectos cualitativos de la transmisión de noticias, que pueden influir en la percepción del teleauditorio sobre la violencia y seguridad pública.

III. METODOLOGÍA APLICADA PARA ESTA INVESTIGACIÓN

A. TIPO DE ANÁLISIS: exploratorio y comparativo

B. UNIVERSO: emisión del noticario Hechos, de los días 26, 27, 28, 29 y 30 de julio de 1999.

C. UNIDAD DE ANÁLISIS: Se designó como unidad de análisis a cada uno de los cinco programas objeto de este estudio. A partir de ahí, se identificaron segmentos del contenido, para construir las distintas categorías, designando en cada categoría sus subcategorías respectivas.

D. CATEGORÍAS MANEJADAS EN ESTE ANÁLISIS:

1. Temas
2. Comerciales

E. SUBCATEGORÍAS:

1. TEMAS:

- 1.1 Violencia, delincuencia, narcotráfico, disturbios, desastres, accidentes, guerra, terrorismo.
- 1.2 Política
- 1.3 Educación
- 1.4 Arte, cultura y ciencia
- 1.5 Servicios Públicos, Seguridad Pública y Vialidad
- 1.6 Salud y Ecología
- 1.7 Economía

- 1.8 Religión
- 1.9 Deporte
- 1.10 Espectáculos

2. COMERCIALES:

- 2.1 Número de cortes
- 2.2 Total del tiempo comercial

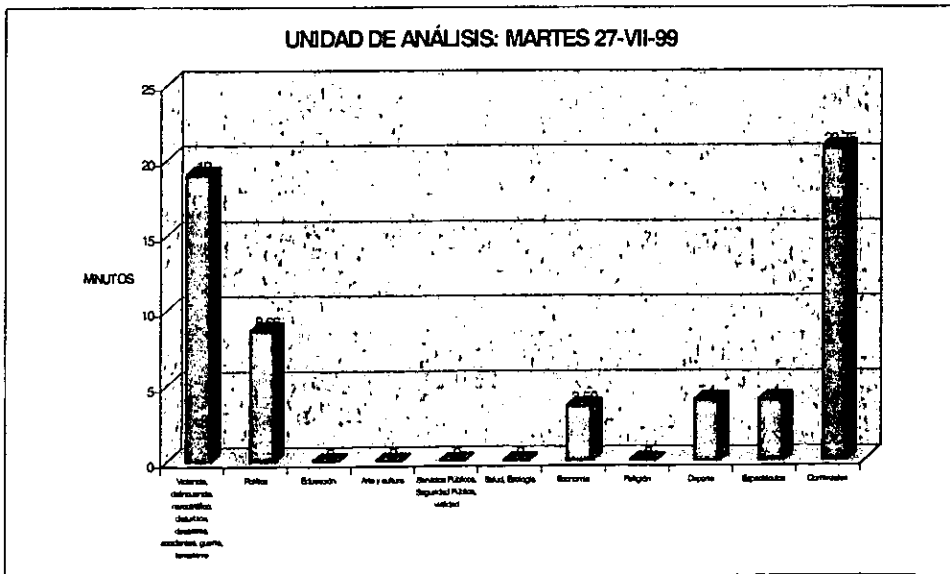
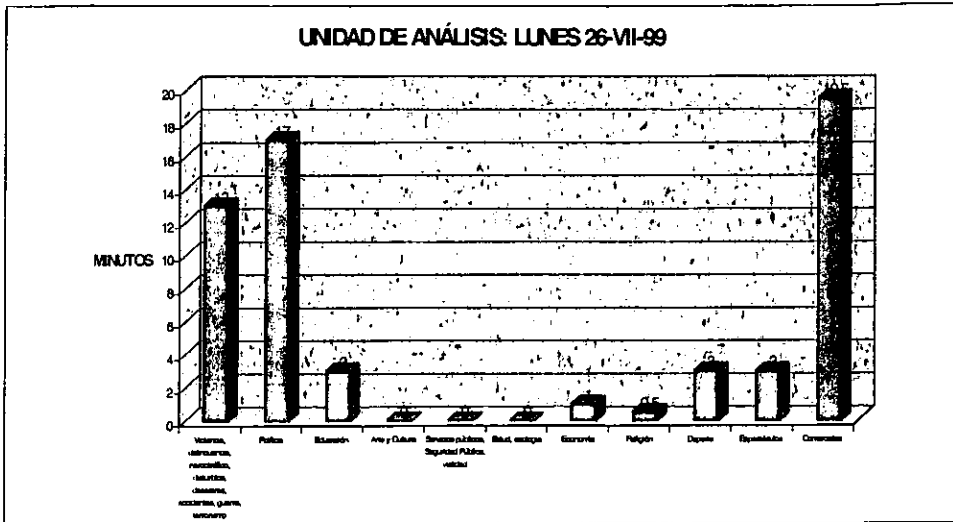
F. HOJA DE CODIFICACIÓN:

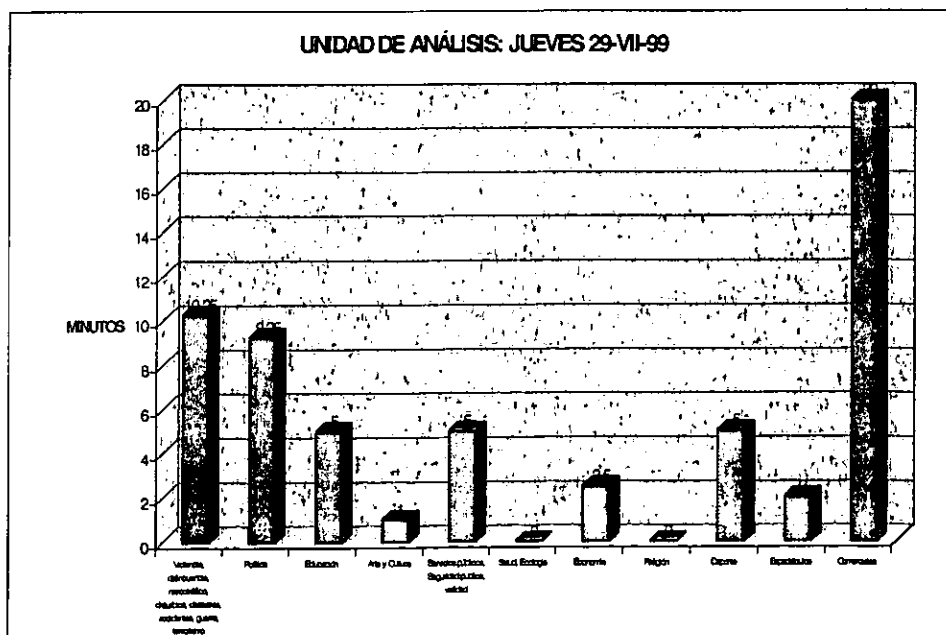
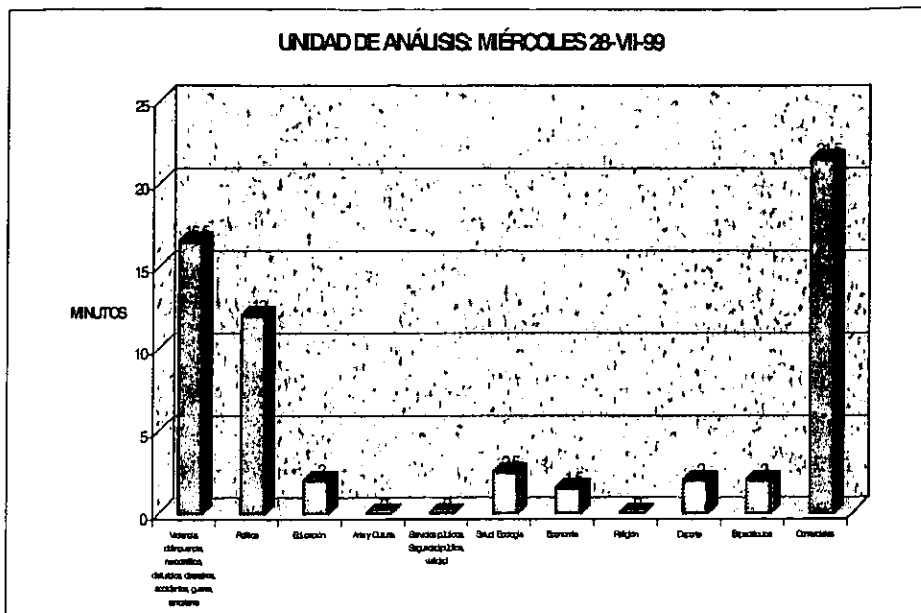
1. Programa, fecha de la emisión, horario, canal, conductor.
2. Hora, noticia o corte comercial, tema, tiempo total.

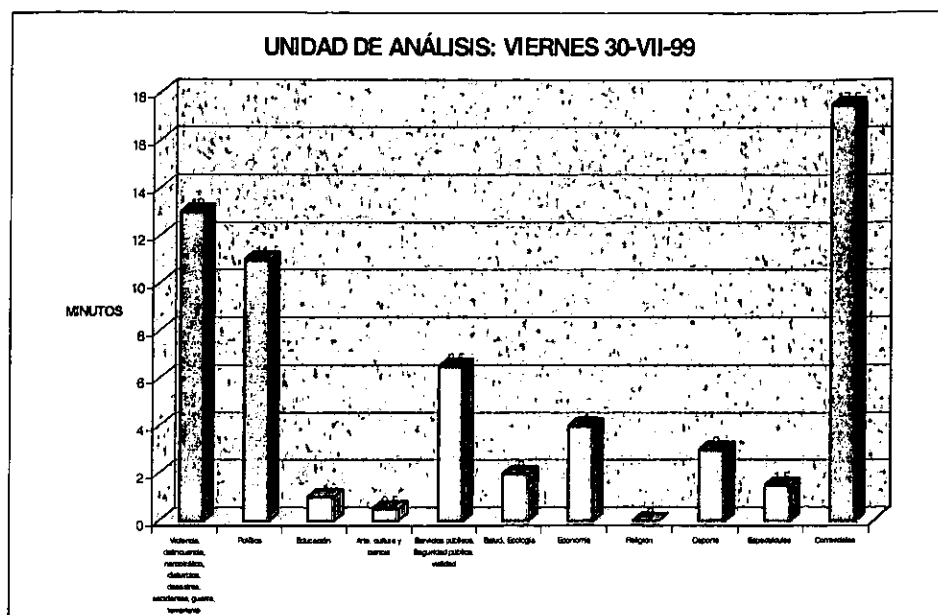
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DEL ANÁLISIS EXPLORATORIO ²²⁰

²²⁰ Se anexan al final de este reporte las hojas de codificación utilizadas

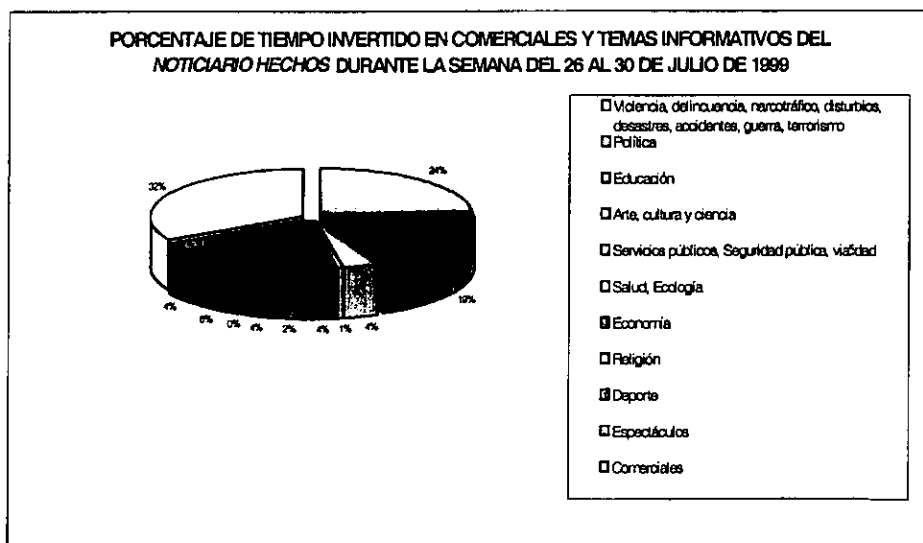
A. Gráficas resultantes sobre la temática abordada en el noticiario y sus cortes comerciales.







B. Resumen de los resultados totales, durante la semana de muestra



V. CONCLUSIONES

- A. El tiempo dedicado a cortes comerciales, ocupa el 32% del tiempo total de transmisiones; a esto puede añadirse que durante la transmisión de noticias, permanecen visibles en la pantalla, imágenes, marcas o logotipos de distintos productos comerciales patrocinadores del programa. Tal situación, pone de manifiesto el predominante carácter comercial de la televisión.

- B. En cuanto a los temas sobre los que se informa, los relacionados con actos de violencia, ocuparon el 24% del tiempo total, y el 35% del tiempo efectivo de noticias. Recordando los postulados de la teoría de la agenda setting, cabe pensar que la percepción de la realidad social, la inseguridad y temor crecientes de la población, ante la posibilidad de padecer actos de violencia, guardan alguna relación con lo que se está presentando en la pantalla televisiva.

- C. Ante la observación anterior, no se propone ocultar o negar la violencia real de la sociedad, pero sí se hace notar la necesidad de dar a la violencia un tratamiento ético en los programas informativos, de manera que no se utilice como elemento sensacionalista para elevar ratings. Por otro lado, existen muchas otras realidades sociales de interés general – en el ámbito de la ciencia, del arte, de la cultura, del derecho,

de la educación, de la ecología, de la tecnología, de la economía, etc. -, que no requieren ser vinculadas a un desastre o delito, para convertirse en noticia.

D. Por lo que pudo observarse en este pequeño análisis, aparentemente, a través de la información televisiva sobre actos violentos, es posible que se produzca una percepción magnificada de la violencia real. Esto es notorio especialmente en la unidad de análisis correspondiente al martes 27 de julio de 1999, en la que se transmiten entrevistas realizadas a distintas personas, tanto en Sinaloa, como en el Distrito Federal, para que opinen sobre la violencia en su ciudad:

1. Previamente, el lunes 26 de julio, se informó que eran 333, las muertes violentas perpetradas en Sinaloa en lo que va del año.
2. El martes 27 de julio, se informó sobre dos muertes violentas más, llegándose así a la suma de 335 y acto seguido se presentaron entrevistas de personas que han padecido la violencia y la ven como algo cotidiano, haciéndolas aparecer como gente común y corriente, elegida al azar.
3. El mismo martes 27, se dieron a conocer las distintas opiniones de los partidos políticos sobre los índices de delincuencia e inseguridad en el Distrito Federal, pero el locutor afirma que "la verdad" la tienen los

ciudadanos y se presentaron a continuación una serie de entrevistas, donde el 100% de los entrevistados, afirmaron haber sido víctimas de actos delictuosos.

- E. Parece oportuno promover la elaboración de un código ético para las empresas informativas, que garantice el ejercicio de una tarea informativa veraz, abierta, plural, no mercantilista, que constituya un auténtico acto de justicia, que satisfaga la necesidad social de estar bien informados. Dicho código deberá incluir los principios éticos que deben regir el tratamiento de la información sobre actos de violencia.

Anexo: hojas de codificación de cada unidad de análisis (1,2,3,4 y 5)

HOJA DE CODIFICACIÓN N° 1			
PROGRAMA: NOTICARIO HECHOS			
FECHA DE EMISIÓN: lunes 26-VII-99			
HORARIO: 10:30 - 11:30 p.m.			
CANAL: 13 T.V. Azteca			
CONDUCTOR: Javier Alatorre			
HORA	NOTICIA O CORTE COMERCIAL	TEMA	TIEMPO
10:30 p.m.	Elecciones internas PRD	Política	13'
	PRI denuncias entre precandidatos		
10:38 p.m.	Declaraciones precandidatos		
10:41 p.m.	Coalición		
10:43 p.m.	COMERCIALES		3'
10:46 p.m.	Paristas de la UNAM	Disturbios	3'
10:49 p.m.	Declaraciones rector Francisco Barnés	Educación	3'
10:50 p.m.	Declaraciones Srio. Gral. UNAM		
10:52 p.m.	COMERCIALES		3'
10:55 p.m.	Mercado Petrolero Venezuela	Economía	1'
	Declaraciones Téllez		
10:56 p.m.	Narcotráfico Bogotá	Narcotráfico	1'
	Misión antidrogas		
	Kosovo. Masacre	Violencia	
	Irán. Lluvias torrenciales	Desastres	
10:57 p.m.	India. Madre Teresa. Beatificación	Religión	30''

10:57 p.m.	Inglaterra. Familia Real	Política	1'
10:58 p.m.	Hechos de Peluche. Cuba-Fidel		
10:58 p.m.	COMERCIALES		2' 30''
11:01 p.m.	Arraigo Mario Besares	Delincuencia	6'
	Reos fugados		
	Prófugos golpeados	Delincuencia, Violencia	
	Judiciales y Secuestradores. Tiroteo		
	Asesinatos en Sinaloa: 333 en el año	Violencia	
11:07 p.m.	COMERCIALES		3'
11:10 p.m.	Hechos Gdl. Zonas de riesgo. El Colli	Desastres	3'
	Granizada		
	Asesinato del Cardenal	Delincuencia. Violencia	
11:13 p.m.	COMERCIALES		2'
11:15 p.m.	Maribel Alfeirán	Política	3'
	Comicios internos		
11:16 p.m.	PRD		
11:18 p.m.	COMERCIALES		3'
11:21 p.m.	Deporte	Deporte	3'
11:24 p.m.	COMERCIALES		3'
11:27 p.m.	Espectáculos: L. Méndez, Julia Roberts,	Espectáculos	3'
TIEMPO TOTAL			60'

PROGRAMA: Noticiero Hechos		HOJA DE CODIFICACIÓN No. 2	
FECHA DE EMISIÓN: martes 27-VII-99			
HORARIO: 10:30 - 11:30 p.m.			
CANAL: 13 TV Azteca			
CONDUCTOR: Javier Alatorre			
HORA	NOTICIA O CORTE COMERCIAL	TEMA	TIEMPO
10:30 p.m.	Arraigo Mario Bezares	Delincuencia y Violencia.	8'
10:33 p.m.	Sentencia al "Toto": asesino Profra. Bailón		
10:34 p.m.	Banda motociclistas del periférico "algunos aún prófugos"		
10:35 p.m.	Sentencia a 15 policías violadores		
	"Alarma en Sinaloa por la violencia"		
10:36 p.m.	Entrevistas a Sinaloenses sobre violencia		
	Asesinato de Profesores universitarios		
	Detención de secuestradores		
	Asesinatos en Sinaloa: 335 en el año		
10:37 p.m.	Paristas en la UNAM		
	Agresión a reporteros por paristas		
10:38 p.m.	Declaración Srio. Gobernación s/UNAM	Política	10''
10:38 p.m.	COMERCIALES		2'50''
10:41 p.m.	Sistema de Seguridad para Precandidatos	Seguridad Pública	2'
	Apoyo de seguridad a cada partido		

10:43 p.m.	Inicio de campañas precandidatos	Política	5'
	Declaraciones de Precandidatos PRI		
	Elecciones internas PRD		
10:46 p.m.	Declaraciones del PRD Ifigenia/C. Bracho		
10:47 p.m.	Análisis de la posible alianza de oposición (PAN)		
10:48 p.m.	Anuncia reseña de secuestro en aeropuerto	Delincuencia. Violencia.	5''
10:48 p.m.	COMERCIALES		2' 55''
10:51 p.m.	Controversia Const. C. Dip vs Ejecutivo (Secreto Bancario)	Política.	2'
10:53 p.m.	Sistema financiero. Legislación Bancaria	Economía	3'
10:54 p.m.	Actividad de la banca		
	Prácticas desleales en manejo de petróleo		
	Declaraciones Srio. De Energía		
10:56 p.m.	Secuestro de empresario A. Gtz. Cortina	Delincuencia. Violencia.	3'
	Medidas de seguridad del aeropuerto, etc.		
10:59 p.m.	COMERCIALES		4'
11:03 p.m.	Decomisión de droga. Detenidos	Narcotráfico	3'
	Misión antidroga. Michoacán		
11:04 p.m.	Inseguridad en el D.F. Delincuencia	Delincuencia	
	Opiniones sobre índices de delincuencia. Partidos		
	Entrevistas a gente sobre ataques delictuosos		
	Número de denuncias en junio		

11:06 p.m.	Luis Pazos: Función del ejército. Reforzar seguridad	Seguridad Pública	1'
	Combatir delincuencia vía ejército		
11:07 p.m.	COMERCIALES		4'
11:11 p.m.	Gdl. Asesinato ("hecho de sangre"), asaltantes liberados	Delincuencia	1'
11:12 p.m.	Expulsión militante del PAN	Política	1'
	Reunión con Cesar Coll		
11:13 p.m.	COMERCIALES		2'
11:15 p.m.	Compra aeronave municipio de Zapopan	Economía	20''
11:15 p.m.	Detenido por abuso sexual	Violencia	30''
	Precandidato Fox	Política	30''
	Jubilados pensionados	Economía	15''
	Subasta, fondos vs inseguridad	Seguridad Pública	25''
11:17 p.m.	COMERCIALES		3'
11:20 p.m.	Deportes	Deportes	4'
11:24 p.m.	COMERCIALES		2'
11:26 p.m.	Espectáculos: <i>Maná</i> , Carlos Santana, C. Castro	Espectáculos	4'
	Estreno película, entrevista en L.A.		
TIEMPO TOTAL:			60

HOJA DE CODIFICACIÓN No. 3

PROGRAMA: Noticiario Hechos
FECHA DE EMISIÓN: Miércoles 28-VII-99
HORARIO: 10:30 - 11:30 p.m.
CANAL: 13 T.V. Azteca
CONDUCTOR: Javier Alatorre

HORA:	NOTICIA O CORTE COMERCIAL	TEMA	TIEMPO
10:30 p.m.	Paristas de la UNAM. Pérdidas, daños	Disturbios y Delincuencia	7'
	33 denuncias penales por robo, despojo, lesiones		
	Declaraciones Barnes, académicos, etc.		
	Declaraciones diputados, Cárdenas, Madrazo		
	Sindicato dejó de financiar paristas		
	Desmanes, destrozos en instalaciones UNAM		
10:37 p.m.	Comentarios de Sarmiento sobre Paro UNAM	Educación	2'
10:39 p.m.	Plan DN3 de auxilio en la delegación Xochimilco	Desastres	4'
	Viviendas destruidas, trabajo del ejército		
	Entrevistas a damnificados		
10:43 p.m.	"Cuando regresemos: Fox quiere vender a los mexicanos"		
	COMERCIALES		4'

10:47 p.m.	Acusaciones de Bartlet vs Fox	Política	9'
	PAN: privatizador de la educación. Peligro		
	Defensa de Diego Fdez. vs dip. Dolores P.		
	Precandidatos. Declaraciones		
	Gobernador electo del Edo. De México. Montiel		
10:54 p.m.	Encuestas sobre ambiente político. Pronósticos		
10:56 p.m.	Hechos de Peluche: Diego Fdez.		
10:58 p.m.	COMERCIALES		3'
11:01 p.m.	Arresto del alcalde de Reynosa Tams. Peculado	Delincuencia	4'
11:02 p.m.	Investigaciones homicidio Paco Stanley		
11:03 p.m.	Detención de extorsionador policiaco		
11:04 p.m.	Lucha contra el crimen organizado. Operativo especial		
	Banda detenida		
11:05 p.m.	Información sobre drogadicción en México	Salud	2'
11:07 p.m.	COMERCIALES		4'
11:11 p.m.	Fobaproa. Declaración D. Carrasco Controversia legislativo - Ejecutivo	Política	2'
11:13 p.m.	Empresarios piden actualizar ley de quiebras y ley de garantías. Piden auditorías permanentes.	Economía	1' 30''
11:14 p.m.	COMERCIALES		4' 30''
11:19 p.m.	Hechos Gdl. Castelazo. PAN	Política	1'

11:20 p.m.	Inseguridad. Liberación de delincuentes	Inseguridad	1'
11:21 p.m.	COMERCIALES		2'
11:23 p.m.	Accidente automovilístico	Accidentes	30''
	Apoyo a minusválidos	Salud	30''
11:24 p.m.	COMERCIALES		2'
11:26 p.m.	Deportes. Copa confederaciones	Deporte	2'
11:28 p.m.	COMERCIALES		2'
11:30 p.m.	Espectáculos. Keneet B. Silvia Navarro	Espectáculos	2'
11:32 p.m.	Fin		
TIEMPO TOTAL:			60'

PROGRAMA: Noticario Hechos

HOJA DE CODIFICACIÓN No. 4

FECHA DE LA EMISIÓN: jueves 29-VII-99

HORARIO: 10:30 - 11:30 p.m.

CANAL: 13 T.V. Azteca

CONDUCTOR: Ana María Lomelí

HORA:	NOTICIA O CORTE COMERCIAL	TEMA	TIEMPO
10:30 p.m.	Avanza lucha contra narcotráfico. Operativo de PGR	Narcotráfico	4'
10:31 p.m.	Extorsionador policiaco detenido Investigaciones asesinato Paco Stanley Relación de Gloria Trevy con narcotraficante extinto	Delincuencia	

10:34 p.m.	Declaraciones del Srío. Seguridad Pública sobre nuevo plan para agilizar vialidad y disminuir corrupción	Seguridad Pública	3'
10:37 p.m.	COMERCIALES		4'
10:41 p.m.	PRD Impugnaciones en votación	Política	4'
	Alianza de oposición. Dificultades		
	Declaraciones de precandidatos		
	PT. Coalición con o sin el PAN		
10:45 p.m.	Decomiso de Droga en Garibaldi. (Interrupción)		
10:45 p.m.	COMERCIALES		3'
10:48 p.m.	Decomiso de Droga en Garibaldi. Operativo policiaco.	Delincuencia	1'
10:49 p.m.	Chiapas. Aprobada ley de derechos indígenas	Política	1'
10:50 p.m.	Damnificados de Xochimilco	Desastres	2'
10:52 p.m.	Libro de texto de 6o grado de Primaria. Educación sexual	Educación	5'
10:53 p.m.	Paro UNAM. Inscripciones, pérdidas, reunión.		
10:55 p.m.	Hechos de Peluche. Paro UNAM		
10:57 p.m.	COMERCIALES		3'
11:00 p.m.	Sube precio leche Liconsa	Economía	1'
11:01 p.m.	Caso FOBAPROA. Controversia Constitucional	Política	2'
11:03 p.m.	Banca mexicana: Compra y venta de acciones a futuro.	Economía	1' 30''
11:04:30 p.m.	Brasil: termina huelga. Disturbios.	Disturbios	15''

	E.U. Sentencia vs Clinton	Política	15''
11:05 p.m.	Asesinato de 9 personas en Atlanta	Violencia	2'
11:07 p.m.	Competencias Panamericanas	Deportes	1'
11:08 P.M.	COMERCIALES		4'
11:12 p.m.	Hechos Guadalajara. Regreso M. Alfeirán. Problemas PAN	Política	2'
11:14 p.m.	Alcantarillado. Problema de los Tianguis	Servicios Públicos	1'
11:15 p.m.	COMERCIALES		1'
11:16 p.m.	29 suicidios en el mes de julio. 173 en el año 1999	Violencia	1'
	Accidente automovilístico	Accidentes	
11:17 p.m.	Paso a desnivel. Obras Públicas de Guadalajara	Servicios Públicos	1'
11:18 p.m.	COMERCIALES		3'
11:21 p.m.	Deportes	Deportes	4'
11:25 p.m.	COMERCIALES		2'
11:27 p.m.	Recomendación: visita a museo, temporada de teatro	Arte y Cultura	1'
11:28 p.m.	Banda de música cubana. Entrevista actor del <i>Cartero</i>	Espectáculos	2'
11:30 p.m.	Despedida		
		TIEMPO TOTAL:	60'

PROGRAMA: Noticiero Hechos
FECHA DE LA EMISIÓN: Viernes 30-VII-99
HORARIO: 10:30 - 11:30 p.m.
CANAL: 13 T.V. Azteca
CONDUCTOR: Ana María Lomelí

Adelanto del noticiero:

- Síntesis informativa: El PAN dice sí a la alianza
- Precandidatos rechazan seguridad ofrecida por S.G.
- Mario Besares e Hijo de Paco Stanley
- Detenidos, Baja California: 400 muertes violentas en el año
- Controversia en torno al Secreto Bancario
- UNAM: inscripciones del próximo semestre.

HORA:	NOTICIA O CORTE COMERCIAL	TEMA	TIEMPO
10:30:30 p.m.	El PAN dispuesto a la búsqueda de la Alianza	Política	7'30''
	Sistema de elección del candidato de la coalición		
	Nueva presidenta del PRD.		
	Rechazo de la seguridad ofrecida a precandidatos.		
	Declaración del Srío. De Gobernación.		
10:38 p.m.	UNAM iniciará inscripciones.	Educación	1'
10:39 p.m.	Petición de ayuda a las autoridades vs desmanes paristas	Seguridad Pública	4'
	Ignacio Burgoa: delitos cometidos por paristas, ameritan cárcel.		
	Último recurso el uso de la fuerza, S.G. apoya el diálogo		
	Encuestas de opinión sobre el paro de la UNAM		
	Atentado contra el mural de D. Alfaro Siqueiros		
10:43 p.m.	COMERCIALES		3'

10:46 p.m.	Raúl Salinas declara sobre asesinato del Cardenal Posadas	Delincuencia Violencia	4'
	Mario Besares e Hijo de Paco Stanley declaran.		
10:50 p.m.	Cuatro jóvenes asesinados previamente torturados en Baja California	Violencia y Delincuencia	2'
	Ejecuciones en las últimas 48 horas en Baja California		
	400 muertes violentas en lo que va del año en Baja California		
10:52 p.m.	Detenidos en Morelos 11 integrantes de la Banda del <i>mochaorejas</i>		
10:53 p.m.	Alerta la Iglesia vs falsos sacerdotes y 14 curas excomulgados		2'
10:54 p.m.	COMERCIALES		3'
10:57 p.m.	300 funcionarios bancarios denunciados de fraude	Economía	4'
	Declaraciones sobre el FOBAPROA		
10:58 p.m.	Srio. De Hacienda declara en torno al secreto bancario		
	Controversia Constitucional promovida por el PAN		
	Desconfianza para inversionistas si se reforma la ley		
	Situación del proyecto Cantarell		
11:01 p.m.	Instalación de convertidores catalíticos	Ecología	2'
11:03 p.m.	Policía muerto en incendio de museo, aparentemente intencional	Delincuencia	1'
11:04 p.m.	COMERCIALES		3'
11:07 p.m.	Asesinatos múltiples en Atlanta. Suicidio del asesino y carta póstuma	Violencia	3'
	Declara haber matado a su mujer y dos hijas.		
	Dos muertos en Managua al chocar dos helicópteros	Accidentes	
	Kosovo: pago de daños. Compromisos de estabilidad	Guerra	

11:10 p.m.	Retiro de tropas norteamericanas en el canal de Panamá	Política	30''
	Declaraciones sobre Clinton		
	Experimentos espaciales	Ciencia	30''
11:11 p.m.	Deportes. Juegos Panamericanos	Deportes	1'
11:12 p.m.	COMERCIALES		3'
11:15 p.m.	Hechos Guadalajara: Viviendas desalojadas en Tlaquepaque	Seguridad Pública	45''
	Baches en avenidas y calles	Servicios Públicos	45''
11:16:30 p.m.	Agravios verbales entre políticos de distintos partidos.	Política	1'
11:17:30 p.m.	COMERCIALES		30''
11:18 p.m.	Estafador detenido	Delincuencia	1'
	Suicidio no. 30 del mes de julio en Guadalajara	Violencia	
11:19 p.m.	Vigilancia en los Bancos	Seguridad Pública	1'
	Coalición en Jalisco. Incremento de partidos políticos	Política	2'
11:22 p.m.	COMERCIALES		3'
11:25 p.m.	Deportes	Deportes	2'
11:27 p.m.	COMERCIALES		2'
11:29 p.m.	Invasores. Entrevistas a integrantes de <i>Moenia</i>	Espectáculos	1'30''
TIEMPO TOTAL:			60'

CAPÍTULO CUARTO

EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Son muchos los ordenamientos jurídicos aplicables a la televisión en México. El uso de este medio, se inserta en el amplio marco del Derecho de la Información expuesto en el capítulo segundo, y está regido por disposiciones constitucionales, leyes federales, tratados internacionales, normas oficiales y decretos presidenciales. En este capítulo, se analizarán las principales disposiciones que regulan su funcionamiento y que mayor relación guardan con los contenidos de la programación televisiva.

Por tanto, el análisis se centrará en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) y su Reglamento.

Antes de iniciar el análisis de la ley, se hará una síntesis histórica sobre el origen y evolución de la televisión mexicana,²²¹ que sin duda favorecerá la

²²¹ Cuyos datos pueden verificarse en: SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel, coordinador, Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana, Coedición: Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación, México, 1998, pp. 589; FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima; Los medios de difusión masiva en México, 11ª edición, Juan Pablos editor, México, 1996, pp. 330; GARCÍA SILBERMAN, Sarah/RAMOS LIRA, Luciana; Medios de comunicación y violencia, Coedición: Instituto Mexicano de Psiquiatría y F.C.E., México, 1998, pp. 391-399; TOUSSAINT, Florence, Televisión sin fronteras, Siglo XXI editores, 1998, México, pp. 177

comprensión del régimen jurídico y modelo comercial que la rigen actualmente, con sus prácticas, fortalezas y carencias.

A) HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

A través de la televisión abierta en red nacional,²²² la población mexicana tiene actualmente los mayores accesos a la televisión alcanzados en la historia.²²³ Su trascendencia social es por tanto mayor que nunca, al igual que su nivel tecnológico; las deficiencias que por contraste pueden observarse en la calidad de sus contenidos programáticos, se explican en parte, por el esquema comercial en el que la televisión mexicana nace y se desarrolla, bajo la continua influencia norteamericana.

a) HECHOS, LEGISLACIÓN Y COMPETENCIAS

La televisión recibió de la industria de la radiodifusión, su actual modelo comercial. Por eso, aunque se trate de un medio de comunicación social, hasta cierto punto reciente²²⁴, su historia real se remonta a la última década del

²²² Se entiende por televisión abierta, aquella que no requiere un contrato para tener público. Su señal puede captarse en cualquier receptor y puede ser de Canales de Red Nacional, local-regional y mixta, cuya programación combina los contenidos en los CRN y los programas locales. La televisión abierta puede ser de una televisora de origen estatal o privado.

²²³ En las áreas urbanas, el 98% de los hogares tiene T.V., mientras que el teléfono sólo llega al 34% de los hogares. Cfr. Chávez Carlos; "Guerra de televisoras: millones de damnificados"; Revista ISTMO No. 240; México; 1999; Pag. 31. La población cubierta por la cadena canal 2 XEW TV en 1997, fue de 81, 347 928 personas de un total de 16, 592 246 telehogares, según datos de Televisa en línea, www.televisa.com.mx

²²⁴ La primera estación experimental de televisión en México, empezó a funcionar en 1946; en 1947 la televisión estuvo al alcance del público en locales de cine y en 1949, se otorgó la primera concesión para operar un canal de televisión comercialmente. A partir de 1951, puede hablarse del inicio de un desarrollo verdaderamente importante con el establecimiento de los canales cuatro, dos y cinco.

Porfiriato, por ser la etapa de consolidación de los grupos económicos que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, impulsaron la industria de la radiodifusión.²²⁵

En el proyecto del nuevo Estado mexicano posrevolucionario, no se contempló el control de la radio, en parte, por estar ocupado en legitimar el movimiento que causó la muerte de Venustiano Carranza y en iniciar la reconstrucción económica del país, mediante alianzas con los grupos económicos fuertes del Porfiriato y con las potencias extranjeras. Pero tal situación, que podría considerarse como un “descuido” estatal, puede verse también, como parte integral del proyecto económico - político del Estado en los años veinte, que impulsó la radiodifusión con fines de lucro y defendió la garantía constitucional de la propiedad privada recién reestructurada en la Constitución de 1917.

Hubo no obstante, algunos intentos por parte del gobierno para participar como emisor, llegando al establecimiento de la XEFO, emisora del Partido Nacional Revolucionario (PNR) y del Partido Revolucionario Mexicano (PRM). La trayectoria de tal emisora, fue interrumpida en 1946, cuando el presidente **Miguel Alemán (1946 –1952)** decidió entregar la concesión de la estación, a los radiodifusores privados que estaban preparando el advenimiento de la televisión. El gobierno de Miguel Alemán fue decisivo para el crecimiento y consolidación de la industria de la radio y televisión.

²²⁵ Cfr. FERNÁNDEZ CHRISTLIEB; Op. Cit. Pag. 87

Para 1950, año en que se inauguró oficialmente la televisión en México, con la difusión del cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán (1947-1952), en Estados Unidos existían ya, 10,500,000 receptores de televisión, fabricados por las mismas corporaciones que controlaban la radiodifusión, tanto en México como en otros países latinoamericanos: la cadena NBC y la CBS.

El surgimiento de la televisión mexicana, coincidió con una etapa de agudización de la dependencia económica del país respecto de Estados Unidos, lo cual repercutió en la industria de la televisión: tanto en su infraestructura, como en el contenido de las programaciones y anuncios publicitarios. En el orden jurídico, también se dio una forma de dependencia, manifestada en los decretos y acuerdos presidenciales, producto de convenciones internacionales convocadas por organismos privados, dominados en gran parte, por los Estados Unidos.

Fue así que el gobierno mexicano otorgó la concesión a empresas privadas, manteniéndose a distancia e intentando ejercer el control de la explotación de ese recurso, por vía exclusivamente legislativa.

La concepción del presidente Miguel Alemán sobre la televisión, coincide aparentemente con la que tenían en esa época los concesionarios de la industria televisiva.²²⁶

²²⁶ No deja de ser significativa la asociación del presidente Alemán con la industria de la televisión, que tiene entre otras consecuencias, que su hijo pasara a formar parte del comité directivo de la televisión privada, primero de Telesistema Mexicano y posteriormente en Televisa.

Durante el gobierno de **Ruíz Cortines (1952-1958)**, el Estado mexicano tomó distancia frente a los intereses de los concesionarios y adoptó por primera vez, medidas jurídicas contrarias al sentir empresarial,²²⁷ aunque no se alteró por ello la orientación comercial diseñada por los industriales para la radio y la televisión a lo largo de medio siglo, ni se tocó el principio de la concesión a empresas privadas. Sin embargo, Ruíz Cortines comprendió la necesidad de establecer otro tipo de televisión y fundó el canal 11, ligado a la Secretaría de Educación Pública a través del Instituto Politécnico Nacional.

En 1960, siendo presidente de la República, **Adolfo López Mateos (1958-1964)** y encontrándose los industriales del ramo especialmente fortalecidos por la cohesión y poder económico logrados, se promulgó la actual Ley Federal de Radio y Televisión – diez años después de la introducción de la T.V. al país -, mediante la cual, se ratifica que el espacio donde se propagan las ondas electromagnéticas, es propiedad de la Nación y que por tanto, será el Estado quien otorgue los permisos o concesiones, para su explotación. También se señalan los lineamientos generales que deberán seguir las programaciones y se manifiesta la intención del Estado de participar como emisor, a través de los canales operados por las empresas privadas, que según el artículo 59 de la LFRT, “deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos,

²²⁷ En 1955, se expidió un decreto presidencial, que establecía cierto control gubernamental sobre las transmisiones, a través de la interventoría y supervisión del Estado, especificando que los gastos que se ocasionaran deberían ser cubiertos por el concesionario.

culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas pro el Consejo Nacional de Radio y Televisión." Esas medias horas, se conocen como los *tiempos oficiales* en la televisión privada.

Siendo presidente **Gustavo Díaz Ordaz (1964–1970)**, el Estado incrementa sus posibilidades de participar en la televisión privada como emisor, cuando mediante decreto presidencial del 1º de julio de 1969, se permite el pago en especie del impuesto del 25% asignado a los concesionarios sobre sus ingresos por concepto de publicidad, apareciendo de ese modo, los llamados *tiempos fiscales*. De acuerdo con ese decreto, los concesionarios deben poner a disposición del Ejecutivo Federal el 12.5% del tiempo total de sus transmisiones.²²⁸

Durante este gobierno, fue cuando los industriales se manifestaron más claramente como grupo de presión - al impedir la aplicación del impuesto que se les pretendió imponer -, y fue también cuando se les unió un grupo económico más: el grupo Alfa de Monterrey.

Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtuvo en 1969, la concesión para prestar el servicio de TV por cable, iniciándose así, la historia de la televisión

²²⁸ La forma de administrar el tiempo estatal en las emisoras de radio y televisión, desde su aparición hasta nuestros días, es heredada de sexenio a sexenio, sin que nadie cuestione con base en qué, se decidió que en la televisión, los *tiempos fiscales* se paguen con spots o cápsulas - que ni siquiera en las campañas publicitarias más intensivas del gobierno o en etapas de intensa difusión de mensajes sanitarios, se han llegado a cubrir -, y a los *tiempos oficiales* se destinen medias horas en horarios sin televidentes.

por cable en México, cuyo crecimiento fue especialmente intenso de 1988 a 1993, año este último, en el que el número de mexicanos con acceso a TV por cable, llegó a los cinco millones.

En 1979, se expidió el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable y más adelante, con la creación de Multivisión en 1989, comenzó una competencia en este campo. El fenómeno de la televisión por cable, suma a la dependencia tecnológica del país, con respecto a Estados Unidos, la importación directa de contenidos de la televisión, aunque tal importación no sólo se da con señales directas, sino también con la permanente compra de series, programas, videos, etc., que se incorporan a la programación local. Desde sus inicios, el cable ha sido una vía de transculturación, que se fortalece en la medida en que aumenta su alcance.

Retomando el hilo de los siguientes sexenios, durante el gobierno de Luis Echeverría (1970-1976), el Estado, además del tiempo de programación de los canales comerciales concedido por ley, creó la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México, que a partir de 1980, se llamaría Televisión de la República Mexicana. Por otro lado, el canal 13, que llevaba cuatro años operando como empresa privada, pasó a ser propiedad del Estado, generándose el rumor de una posible estatización de las industrias de radio y televisión. Fue entonces (1972), cuando el grupo industrial de Monterrey, integró su canal televisivo al consorcio Telesistema Mexicano. De esta manera, se

fusionaron Televisión Independiente de México y Telesistema Mexicano, para operar juntos bajo la razón social de Televisión Vía Satélite, S.A. (TELEVISA).²²⁹

También durante el periodo Echeverrista (1973), se publicó el Reglamento de la Ley Federal de Televisión, en el que se precisa que las atribuciones de la Secretaría de Gobernación son, entre otras, vigilar que los contenidos de las transmisiones se ajusten a lo estipulado por la ley y se faculta a las estaciones de televisión, para destinar el 18% de su tiempo de transmisión a la emisión de publicidad. En 1974, se expidió el Reglamento de la Publicidad para alimentos, bebidas y medicamentos y en 1975, la Ley Federal de Protección al consumidor, con disposiciones relativas a la publicidad.

Detrás de todas esas acciones gubernamentales, se trasluce un plan presidencial, que pese a su sesgo socialista, implicaba varios aspectos positivos: en lo *económico*, tendía a disminuir los gastos propiciados por la publicidad, en las clases medias y bajas; en lo *educativo*, impulsaba la televisión como complemento de la educación formal; y en lo *político*, intentó demostrar el poder del Estado frente a la iniciativa privada. Dicho plan se vio frenado por las presiones de comerciantes e industriales de todo el país y por cierto sector del gobierno que no comulgaba con las reformas Echeverristas. Fue así como se salvó a la industria

²²⁹ En 1982, Grupo Alfa vendió el 25% de las acciones que poseía en Televisa, con lo que Telesistema Mexicano, presidido por Emilio Azcárraga Milmo, adquirió el total del paquete accionario del consorcio formado 10 años antes.

televisiva del control totalitario del Estado, para que el monopolio comercial privado se consolidara, sobre la base de una reglamentación meramente administrativa y el manifiesto poder político empresarial.²³⁰

En 1977, durante el gobierno de **López Portillo (1976-1982)**, se creó mediante decreto presidencial, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación, cuya tarea fundamental es vigilar que se cumpla la normatividad aplicable a los tres medios, dentro del ámbito que corresponde a esa Secretaría, abarcando por tanto, los contenidos televisivos.

En la vía legislativa, se dio un paso significativo en cuanto a la función social de los medios masivos de comunicación, al reformarse a finales de 1977, el artículo seis de la Constitución, con la inclusión del Derecho a la Información como una garantía individual; por otra parte, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, contempló la participación de los diferentes partidos políticos en los medios de difusión masiva.

Promulgado el 18 de enero de 1979, el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, fue modificado por decreto presidencial en 1980, al prohibirse la inserción de publicidad o propaganda en la programación.

²³⁰ Cfr. FERNÁNDEZ CHRISTLIEB; Op. Cit. Pag. 144-145

El presidente López Portillo, inauguró en 1981 y 1982, la primera y segunda etapas de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, en la que, con fundamento en un convenio con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), firmado en 1980, Televisa aportaría la infraestructura de 44 estaciones terrenas, a cambio de que el gobierno le proporcionara descuentos en el pago de alquiler de la infraestructura de telecomunicaciones y derecho preferencial para transmitir sus señales. El convenio tendría vigencia de nueve años.²³¹

Al asumir la presidencia, López Portillo encontró que los medios de comunicación social estaban distribuidos, para efectos de producción y administración, en lo referente a los estatales y de supervisión, por lo que toca a los privados, en seis secretarías de Estado:

- Secretaría de Gobernación: encargada de supervisar el contenido de las transmisiones comerciales y de coordinar la programación estatal.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes: autorizada para otorgar concesiones a particulares y para producir y difundir las transmisiones gubernamentales.
- Secretaría de Educación Pública: capacitada para extender certificados de aptitud a locutores, para manejar las escuelas radiofónicas, el Canal 11 y Radio Educación.

²³¹ Cfr. MEJÍA BARQUERA, Fernando; "Cronología general de la televisión", en SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Angel, coordinador; Op. Cit., Pag. 541

- Secretaría de Salubridad y Asistencia: dedicada a autorizar la propaganda comercial.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público: dedicada a cobrar diversos impuestos a los concesionarios, pagaderos en dinero o en tiempo de transmisión.
- Secretaría de Trabajo y Previsión Social: productora de programas de televisión a través del Consejo Nacional de Cultura y Recreación para los Trabajadores.

Las cinco primeras secretarías, incluían también entre sus funciones, participar en la Comisión Nacional de Radio y Televisión, creada para aprovechar el tiempo estatal en los canales privados.

Tomando en cuenta que la televisión transmite una visión del mundo, opuesta a la que pretendía difundir el plan nacional de educación vigente, resulta incomprensible que este gobierno, en su reforma administrativa, haya limitado la participación de la Secretaría de Educación Pública al simple establecimiento de criterios educativos y culturales, en la producción cinematográfica, de radio y televisión.²³²

En diciembre de 1982, por iniciativa del presidente **Miguel de la Madrid (1982-1988)**, se modifica el artículo 28 constitucional a fin de designar a la

²³² Cfr. Artículo 38, fracción XXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

comunicación por satélite como una "actividad estratégica a cargo exclusivo del Estado"

En 1983, el Gobierno de la República anuncia la creación de un organismo denominado Instituto Mexicano de Televisión bajo cuya responsabilidad quedó el manejo de los recursos del Estado en esa área. A partir de 1985, se denominará IMEVISIÓN. De esta manera quedaron a cargo de este organismo: el canal 13 y su red nacional, los canales 22 del D.F., 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la red Televisión de la República Mexicana (TRM) y meses más tarde, el canal 7 de la ciudad de México. Con la creación de IMEVISIÓN, surge en México la televisión estatal, después de poco más de dos décadas de haberse implantado la Televisión comercial, que en ese momento ya había consolidado el estilo de hacer televisión en el país y conformado a él, al público nacional.

En junio y noviembre de 1985, se pusieron en órbita los dos primeros satélites del sistema mexicano de comunicaciones, llamados Morelos I y II respectivamente y se dio inicio al proyecto de educación médica vía satélite, denominado TV salud, promovido por el Hospital Infantil de México.

Durante el sexenio de **Salinas de Gortari (1988-1994)**, la política gubernamental se orientó definitivamente a un sistema económico neoliberal que redujo las instituciones creadas por la economía mixta. En 1989, se iniciaron en México las transmisiones de un nuevo sistema de TV por suscripción: MVS

Multivisión, que utiliza el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, (sistema de distribución multicanal multipunto). Fue así que en septiembre de 1989, salió al aire por primera vez, en el Distrito Federal, una señal en super ultra alta frecuencia (SVHF), responsabilidad de la empresa Multivisión, nacida en enero del mismo año.

La señal de los canales de Multivisión, se genera casi en su totalidad en Estados Unidos: mediante un convenio con cada uno de los emisores, baja la señal del satélite, en sus estudios la graba y elabora sus propios paquetes; por ejemplo Netpack, está compuesto por programas de las tres grandes cadenas de Estados Unidos: ABC, NBC y CBS. Multivisión más que una televisora, es una red de canales mediante los que se difunden señales importadas, fundamentalmente de Estados Unidos. Compone su programación de varias fuentes; con algunas, mediante la compra de derechos, teniéndolos en exclusiva: CNN, TNT, CL Cine Latino, ESPN, FOX, USA, MTV y NBC. El resto, son señales que pueden verse también en Cablevisión.²³³

También en 1989, la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), eliminó de su denominación la palabra "cultural", para en adelante ocuparse sólo de la producción de programas de tipo educativo, pasando al dominio del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la producción de programas culturales.

²³³ Cfr. TOUSSAINT Florence, Televisión sin fronteras, Siglo XXI editores, México, 1998, Pag. 155-156

En septiembre de 1990, Televisa y la Nippon Hoso Kyokai (NHK), de Japón, realizaron pruebas de transmisión de TV de Alta Definición (TVAD) y, por otro lado, se creó el Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión (CEMESATEL), de la Secretaría de Salud.

La transmisión de la Telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos se inició en 1992, y en 1993 se puso en marcha el proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la República. En noviembre de 1993, fue lanzado al espacio desde Guyana Francesa, el nuevo satélite mexicano Solidaridad I.

En julio de 1993, el Canal 13, después de 20 años de permanecer bajo la administración del Estado, pasó nuevamente al sector privado, siendo desincorporados junto con el Canal 13 y su red nacional, el Canal 7 con sus repetidoras en la República y el Canal 2 de Chihuahua.

La privatización de los que fueran canales del Estado se llevó a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública,²³⁴ en el cual resultó elegido el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego, que adquirió además, la cadena de salas

²³⁴ En la venta de IMEVISION, los canales se convirtieron en "empresas" y fueron éstas las que se subastaron públicamente. Se tuvo que cambiar el régimen del canal siete, de permisionario a concesionario, pues sólo así, podría luego comercializar su tiempo. (Cfr. TOUSSAINT; Televisión sin Fronteras, Op. Cit. Pag. 144.)

cinematográficas Compañía Operadora de Teatros S.A. y Estudios América, de propiedad estatal. A partir de este momento, el sistema de canales conocido como IMEVISION, llevará el nombre de TV AZTECA y se da comienzo a una nueva etapa de la televisión mexicana, que vino a romper con el monopolio de TELEVISA, pero que no trajo consigo otros cambios, más que la lucha por el mercado publicitario, lo cual acentuó si cabe, el carácter comercial de la televisión nacional. En esa lucha por elevar los niveles de rating, ha sido frecuente el recurso a la violencia y el sensacionalismo.

Sin embargo, salió al aire en ese mismo año, una nueva televisora cultural: el Canal 22 XEIMT, como fruto de la petición que años antes, hicieron 800 intelectuales al presidente Salinas de Gortari, de que no se privatizara el canal 22 y se le destinara en cambio, a la difusión cultural. Este canal, a diferencia del Canal 11 que opera bajo el régimen de permiso, cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa, propiedad estatal, denominada Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

En octubre de 1994, fue colocado en órbita el satélite Solidaridad II, y se consolidó la Red Satelital de Distribución de Televisión Educativa (EDUSAT), planeada desde 1989, mediante la cual se transmiten seis canales de TV educativa a once mil escuelas de todo el país, a través del Sistema Solidaridad.

TELEVISA dio a conocer, también en 1994, su proyecto *Galavisión Latinoamericana* de servicio televisivo vía satélite directa al hogar, conocido como

Direct to Home (DTH), que pensaba operar contando con los servicios del satélite PAS III, de la empresa PanAmSat, pero que se pospone por motivos técnicos. Al mismo tiempo, MVS Multivisión de México y Medcom, obtienen en octubre de 1994 una concesión para operar el servicio DTH. Ya en abril de ese mismo año, Multivisión se había conectado con USA Network, uno de los canales de cable más grande de Estados Unidos, cuya señal llegaría simultáneamente a México y Latinoamérica, mediante el enlace de los satélites Solidaridad y Panamsat.²³⁵

En 1995, las empresas Hughes Communications, de Estados Unidos, Organización Cisneros de Venezuela, Televisión abril de Brasil y Multivisión de México, anuncian la creación del consorcio Galaxy Latin America, para brindar el servicio de televisión DTH, con cobertura latinoamericana, a través del satélite Galaxy III R, construido por Hughes y cuyo proyecto se denomina DirectTV.

Por otra parte, en 1994, comienzan las transmisiones formales del nuevo Canal 40 del D.F., una nueva opción en la banda UHF, cuyo concesionario es la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCOM), que opera el canal mediante su filial, Corporación de Noticias e Información (CNI). En este mismo año, Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V., filial de TELEVISA, obtiene la concesión para operar una red de 62 canales de TV, distribuidos en 28 estados del país, que serían empleados para extender la cobertura del Canal 9, convirtiéndolo en red nacional. Una característica peculiar de esta concesión, fue que TELEVISA hubo de pagar "por concepto de participación al Gobierno

²³⁵ Ibidem, Pag. 158.

Federal”, 295 millones 198 mil 776 nuevos pesos. Este pago se apoya en una disposición del artículo 110 de la Ley de Vías Generales de Comunicación y su aplicación es muy significativa porque no se conocen antecedentes de que el gobierno cobre por el otorgamiento de concesiones para la explotación de canales de televisión.

En julio de 1995, Multivisión y el Grupo Financiero Bancomer se unieron para desarrollar una red privada de televisión: XHGFB Televisión Bancomer. La red se utiliza en la comunicación con los clientes así como en la capacitación a distancia.

El actual Presidente de la República, **Ernesto Zedillo (1994- 2000)**, durante su segundo mes de gestión, presentó al Congreso, la iniciativa de reforma del artículo 28 constitucional, con el fin de que la comunicación vía satélite dejara de ser considerada legalmente como una “actividad estratégica exclusiva del Estado” y pasara a ser una “actividad prioritaria”, para permitir así al capital privado participar en la propiedad y operación de esos artefactos espaciales. Habiendo prosperado esa iniciativa, en mayo del mismo año, se promulgó la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones, en la que se establecieron las condiciones para la participación de capital privado en la comunicación por satélite.

En noviembre de 1995, el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O’Globo y la compañía Tele Communications

International Inc. (TCI), firman un convenio con TELEVISIA, para prestar de manera conjunta el servicio de televisión DTH, en Latinoamérica. El servicio se proporcionaría por medio de los satélites PanAmSat, aunque en México, TELEVISIA decide – de acuerdo con las recientes modificaciones legales -, hacerlo inicialmente a través del satélite Solidaridad. El nombre que se asigna a este nuevo proyecto es Sky Entertainment Services; publicitariamente conocido simplemente como Sky, que iniciaría sus transmisiones en el país, al igual que el proyecto DirectTV, del consorcio Galaxy Latin, a finales de 1997, contemplando el servicio de televisión digital.²³⁶

En cuanto a la televisión digital, en 1997, Televisión Azteca realiza una transmisión de TV de alta definición y en 1998, Televisa, junto con el Comité de Sistemas Avanzados de Televisión (ATSC), lleva a cabo una transmisión en vivo de Televisión Digital de Alta definición y transmite además por ese mismo medio y por primera vez, un partido de fútbol.²³⁷

La llegada de la televisión digital parece abrir una nueva era en la televisión. Para muchos, la televisión digital representa la extinción de la televisión generalista y abierta. México ha entrado a esa nueva modalidad de televisión, sin embargo, la posibilidad de acceso real es muy limitada, dadas las condiciones económicas de gran parte de la población nacional.

²³⁶ Cfr. GARCÍA SÍLBERMAN; Op. Cit. Pag. 398-399

²³⁷ Cfr. WARKENTIN, Gabriela; "El desarrollo tecnológico de la T.V.", en SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel, Coordinador; Op. Cit. Pag. 520

Los últimos diez años de televisión en México, han sido los más decisivos de sus 50 de vida. A través de ellos, ha quedado definido un nítido perfil cuyos rasgos y estructura difícilmente podrán ser modificados en lo fundamental. Comprometida casi por completo con el modelo de mercado, diversificada - sin que ello implique una amplia gama de alternativas -, con un impacto social y político amplificado, bajo un esquema de concentración y, salvo las excepciones del caso, una magra propuesta cultural, la televisión mexicana del siglo XXI, apuesta, sobre todo, a la rentabilidad financiera, mientras se ve lanzada a la *nueva Babel electrónica*.²³⁸

Sin embargo, el futuro posible de la televisión del país, no sólo puede entenderse en función del desarrollo tecnológico; su rumbo durante los próximos años, responderá al mismo tiempo a otros impulsos y factores de peso: el sentido que tome en los tiempos por venir la relación Estado- medios y la actitud de la sociedad nacional frente a los mismos.

En este sentido, se han oído en los últimos años, opiniones autorizadas de pensadores como Castells (1995), Verón (1994) y Popper (1994), pronunciándose hacia la necesidad de instrumentar estrategias sociales que permitan "poner bajo control" a la televisión.²³⁹ Para lograr ese difícil objetivo social, las asociaciones de televidentes pueden jugar un papel importante.

²³⁸ Expresión con la que Karl Popper llama a la configuración televisiva por venir: la de la era de la convergencia.

²³⁹ Cfr. OROZCO, Guillermo; Televisión y Audiencias, un enfoque cualitativo; Madrid, España; Ediciones de la Torre; UIA; 1996; Pag. 144

En México, la primera asociación de televidentes “Mejor Televisión para niños” se originó en 1976, promovida por mujeres profesionales y madres de familia, cuya motivación principal fue lograr una programación infantil de mayor calidad en la televisión mexicana. Su estrategia fue, primero, organizar un congreso internacional con especialistas en televisión para niños, para luego, con los resultados, iniciar la elaboración de materiales didácticos para las familias y escuelas con el fin de mejorar la recepción infantil y tener a la vez, cierto impacto en la opinión pública. Todo ello, serviría de base para dialogar mejor informadas, con la empresa TELEVISA buscando que ampliara la barra de programación infantil y diera un mejor servicio programático a la niñez mexicana. Independientemente de los frutos académicos del congreso, la Asociación, no alcanzó su objetivo: TELEVISA siguió transmitiendo la misma programación de siempre. De este esfuerzo, se puede inferir que falló la estrategia: un grupo con fines académicos difícilmente puede ejercer un impacto en una empresa que, de acuerdo a sus lógicas de producción y transmisión, se rige por objetivos de lucro y no educativos ni de servicio social a la audiencia.

En 1986, se organizó en México la asociación “Televidentes Alerta”, A.C., a raíz de un congreso nacional celebrado en Morelia Michoacán, pero paulatinamente fue perdiendo la fuerza y el interés de sus miembros. Posteriormente surgieron algunas otras asociaciones ante situaciones concretas del país y su presentación en los medios de comunicación (elecciones de 1994, conflicto de Chiapas, etc.).

En 1997, aparece la Asociación *A Favor de lo Mejor*, como resultado de la coordinación de 2,434 organizaciones, que reunieron cuatro millones de firmas en la campaña “En los medios, a favor de lo mejor”, para conocer la opinión de la sociedad sobre lo que ve, oye y lee. En abril de 1999 organizó su primer Congreso Internacional, inaugurado por el presidente de la República, Ernesto Zedillo, en el que se abordó el tema de la Regulación y Autorregulación de los medios, contando con exponentes de Estados Unidos, Canadá, Chile y España. Un aspecto sobresaliente del evento, fue haber logrado la participación de todas las partes involucradas: industriales de la televisión, profesionales del medio, publicistas, patrocinadores de los programas de televisión, juristas especializados en derecho de la información, educadores, investigadores en comunicación, historiadores, padres de familia y televidentes comunes y corrientes.

De la reseña histórica anterior, se pueden resaltar algunos puntos de interés:

1. La televisión en México nació dentro de un esquema comercial y así continuó su desarrollo, lo cual deterioró el concepto social de este medio, porque, dejando de lado su función de servicio a la comunidad, ha sido entendida sobre todo, como un negocio capaz de producir enormes ganancias.
2. No existe en México una televisión alternativa frente a la televisión comercial que ha establecido así, sin mayores contrapesos, su modelo en el país.

3. La televisión estatal no ha significado nunca una alternativa real a la privada: no satisfizo en su momento, las expectativas que IMEVISIÓN despertó, de una programación diferente y de mayor calidad. Se puso de manifiesto en cambio, un interés oficial reducido al uso de la televisión con modelos similares a los privados, con un predominio de propaganda política, por lo que no ha sido posible encontrar una televisión propiamente estatal, sino meramente gubernamental.
4. El gobierno no ha tenido una política clara y por tanto, una misma línea de acción, con respecto a la televisión y su función social.
5. Ninguno de los dos modelos televisivos existentes – privado y público -, han contribuido al desarrollo de la conciencia de la población, frente a los grandes conflictos nacionales: la televisión funciona como “cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social”²⁴⁰ y ha realizado la hazaña de ocultar la realidad de su país, a los mexicanos.
6. La actividad televisiva de México, ha guardado una relación de dependencia hacia Estados Unidos, en cuanto a su modelo comercial, desarrollo tecnológico y contenidos programáticos, dando lugar así, a una verdadera transculturación.

²⁴⁰ ESTEINOU MADRID, Javier, “Televisión de Estado ¿para qué?” en TOUSSAINT ALCARAZ, Florence, coordinadora; ¿Televisión Pública en México?; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993; pag. 20.

7. Tal dependencia y transculturación, ha favorecido el incremento de la presentación de violencia en la televisión mexicana.
8. El poder "legal" del Estado para dirigir la actividad televisiva no ha sido un poder "real" en la historia de la televisión en México y no se ha dispuesto de mecanismos eficaces para supervisar los contenidos de los programas, como la ley establece.
9. Las iniciativas ciudadanas para ejercer algún tipo de control sobre la programación televisiva, no han logrado aún una influencia eficaz en los emisores y no se dispone en el país de la figura del obudsman o algún otro organismo que medie entre los distintos actores de la comunicación social referida a la televisión.
10. Los industriales de la televisión, han recibido en todo momento, un fuerte apoyo por parte del gobierno federal.
11. La calidad de la programación televisiva en México, no se ha desarrollado en forma proporcional al desarrollo tecnológico alcanzado. Prácticamente los únicos parámetros de "calidad" que se manejan, son la técnica y los niveles de rating.
12. La legislación que rige a radio y televisión, dada su antigüedad, requiere de una revisión y actualización. La más reciente ley de telecomunicaciones (1995), remite a la LFRT de 1960, en lo relativo a contenidos de la programación.

13. Es cuestionable la lógica de la atribución de funciones entre las distintas secretarías de Estado, para el control y orientación del funcionamiento de la televisión; aspecto que se estudiará detalladamente en el análisis de la ley federal de radio y televisión.

B) NORMATIVIDAD QUE REGULA LAS TRANSMISIONES DE TELEVISIÓN

a) Marco constitucional.

Los artículos seis, siete y ocho de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como quedó expresado en el capítulo II, constituyen el fundamento de las libertades tradicionales de opinión, expresión e información, así como de la libertad de imprenta y del derecho de petición.

Conviene aclarar que aunque las garantías expresadas en ese articulado, fueron consagradas en la Constitución, con anterioridad a la aparición de la televisión, se refieren derechos inmutables, cuyo ejercicio realiza el hombre en las distintas circunstancias históricas en las que se desenvuelve. Así, en la actualidad, la libre manifestación de las ideas y el acceso a la información, se efectúa a través de los nuevos medios electrónicos y no sólo a través de la prensa escrita, por lo que las garantías individuales consagradas en los artículos mencionados, se aplican por analogía, a los nuevos medios masivos de comunicación.

Otras disposiciones Constitucionales que se relacionan con la regulación jurídica de la televisión, son los artículos 25, 27, 28, 42, 48 y 73, que se comentarán a propósito de diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), que se comentarán más adelante.

b) Antecedentes legislativos sobre televisión

Al surgir la industria televisiva, ésta quedó regulada por disposiciones creadas inicialmente para la radio, ya que fue su antecedente inmediato.

Algunas disposiciones legales anteriores a la actual LFRT, son:

1. Decreto sobre el Reglamento para la instalación y funcionamiento de estaciones radiotelegráficas (1916)
2. Ley de Comunicaciones Eléctricas (1926)
3. Decreto aprobatorio de la Convención Radiotelegráfica Internacional (1929)
4. Reglamento de la Convención Radiotelegráfica Internacional (1929)
5. Decreto que aprueba los servicios de anuncios comerciales por radio (1931)
6. Reglamento del capítulo VI Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación (1932)
7. Primer reglamento de estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados (1936)

8. Ley de Cámara de Comercio e Industria (1936)
9. Decreto que aprueba la Convención Internacional sobre Radiocomunicaciones celebrada en la Habana, Cuba (1937)
10. Ley de Vías Generales de Comunicación (1940)
11. Decreto que fija las normas a las que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones Radiodifusoras de Televisión (1950)
12. Decreto por el que se establece un control gubernamental sobre las transmisiones a través de la intervención del Estado (1955)

Desde 1950 hasta 1960, la televisión se rigió por el citado decreto de 1950²⁴¹ y por las disposiciones de la Ley de Vías Generales de Comunicación, cuyas normas de carácter técnico habían sido aplicadas hasta entonces exclusivamente a la radio.

c) Ley federal de radio y televisión (LFRT) y su reglamento (RLFRT)

En México, el marco jurídico de los medios electrónicos carece de previsiones a nivel constitucional: es sólo por analogía que los principios constitucionales se aplican a ellos.²⁴² Por lo tanto, la LFRT no puede considerarse, en estricto sentido, como ley reglamentaria de un mandato constitucional expreso. Sin embargo, la disposición constitucional del dominio directo del espacio territorial por parte de la

²⁴¹ Que no se ocupa del contenido de las transmisiones

²⁴² En el derecho comparado de América Latina es posible encontrar normas de derecho positivo de la máxima jerarquía jurídica, con declaraciones importantes a favor del pluralismo democrático y la libertad, a través de los medios electrónicos de comunicación. Tal es el caso de Chile, Guatemala y El Salvador. Cfr. VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El sistema jurídico de los medios de comunicación en México, UAM, Ed. Triana, México, 1995, Pag. 45

Nación, aunada al rápido desarrollo de la radiodifusión y su gran influencia social, dio origen a la LFRT, promulgada el 19 de enero de 1960, para normar jurídicamente las transmisiones por esos medios y el ejercicio del derecho a la información.²⁴³

La LFRT y su reglamento, al regular directamente la programación televisiva, constituyen los ordenamientos de mayor interés para el tema de la emisión de violencia en televisión.

La LFRT, se estructura dividiendo sus títulos de la siguiente manera:

TÍTULO PRIMERO:	Principios fundamentales
CAPÍTULO ÚNICO	Artículos 1 al 7
TÍTULO SEGUNDO:	Jurisdicción y competencias
CAPÍTULO ÚNICO	Artículos 8 al 12
TÍTULO TERCERO:	Concesiones, permisos e instalaciones
CAPÍTULO PRIMERO:	<i>Concesiones y permisos</i>
	Artículos 13 al 28
CAPÍTULO SEGUNDO:	<i>Nulidad, caducidad y revocación</i>
	Artículos 29 al 39
CAPÍTULO TERCERO:	<i>Instalaciones</i>
	Artículos 40 al 45

²⁴³ Elevado a rango constitucional con carácter de garantía individual, en 1977.

TÍTULO CUARTO:	Funcionamiento
CAPÍTULO PRIMERO:	<i>Operación</i>
	Artículos 46 al 52
CAPÍTULO SEGUNDO:	<i>Tarifas</i>
	Artículos 53 al 57
CAPÍTULO TERCERO:	<i>Programación</i>
	Artículos 58 al 80
CAPÍTULO CUARTO:	<i>De las escuelas radiofónicas</i>
	Artículos 81 al 83
CAPÍTULO QUINTO:	<i>De los locutores</i>
	Artículos 84 al 89
TÍTULO QUINTO:	Coordinación y vigilancia
CAPÍTULO PRIMERO:	<i>Organismo coordinador</i>
	Artículos 90 al 92
CAPÍTULO SEGUNDO:	<i>Inspección y vigilancia</i>
	Artículos 93 al 100
TÍTULO SEXTO:	Infracciones y sanciones
CAPÍTULO ÚNICO:	Artículos 101 al 106

A continuación se procederá al análisis de la ley, en conexión con el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria

Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión (RLFRT).

1. Principios fundamentales

El título primero de la LFRT, en su capítulo único, establece los principios fundamentales en la materia, comenzando por hacer referencia en su **artículo 1º**, al dominio directo del espacio territorial por parte de la Nación, al que se asigna las características de inalienabilidad e imprescriptibilidad.

En cuanto al uso de ese espacio, expresa en su **artículo 2º**, que sólo podrá efectuarse por concesión o permiso del Ejecutivo Federal y la ley asigna a la industria de la radio y televisión, un amplio marco de posibles procedimientos técnicos, como consta en el **artículo 3º**.

La necesidad de un acto de la autoridad competente para seleccionar y autorizar - en función de la disponibilidad de frecuencias -, la utilización de las ondas electromagnéticas a través de la radio y la televisión por parte de la sociedad, es una consecuencia del dominio directo de la Nación sobre el espacio territorial y el medio sobre el que se propagan las ondas electromagnéticas, que es un bien limitado. Por tal razón, no todo ciudadano que lo desee, puede acceder a una estación de televisión, como sucede por ejemplo con la fundación de periódicos y revistas.

Los principios enunciados hasta ahora, tienen su fundamento en el artículo 27, párrafos cuarto y sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, donde se establece que:

“Corresponde a la Nación el dominio directo de (...) y el espacio situado sobre territorio nacional...” y “... el dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación , el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, ...”;

Por su parte, el artículo 42 Constitucional, fracción VI, comprende como parte integral del territorio nacional “el espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional”

En su artículo 4º, la LFRT afirma: “la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”

La radio y la televisión, constituyen la única explotación y uso considerado como vía general de comunicación en el país, que no está reconocida por la ley como *servicio público*, sino como *actividad de interés público*, contraviniendo la naturaleza misma de la actividad radiodifusora y lo establecido en la Ley de Vías Generales de Comunicación en su artículo séptimo,²⁴⁴ que permite interpretar que

²⁴⁴ Artículo 7º de la Ley de Vías Generales de Comunicación: “Las vías generales de comunicación, los servicios públicos que en ellas se establezcan, los capitales y empréstitos empleados en ellos, las acciones, bonos y obligaciones emitidos por las empresas, no podrán ser objeto de las contribuciones de los Estados, Departamentos del Distrito Federal o municipios”

tienen el carácter de servicio público, todos los usos y aprovechamientos en ella establecidos.

A este respecto, Raúl Cremoux opina que, “además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, establece prácticamente un régimen de explotación comercial, lo cual resulta extraordinariamente grave pues consigna a favor de comerciantes, bienes del dominio público de la Nación.”²⁴⁵

Parece acertada tal opinión, a la luz de la definición de servicio público, ofrecida por Leon Duguit: “toda actividad cuyo cumplimiento deba ser asegurado, reglado y controlado por los gobernantes por ser indispensable para la realización y desarrollo de la interdependencia social y de tal naturaleza que no puede ser realizada completamente si no es con la intervención de la fuerza gobernante”.²⁴⁶

Puede considerarse por tanto, un error del legislador, haber introducido en la norma jurídica el término interés público, en lugar de servicio público.

Sin embargo, aún bajo la denominación de actividad de interés público, el artículo 1º del RLFRT, deja clara la necesaria participación estatal, al afirmar que “La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado, en términos de la Ley de la materia y de este Reglamento, protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales”

²⁴⁵ CREMOUX, Raúl; La Legislación Mexicana en Radio y Televisión; México, Colección ensayos, UAM, 1982, Pag. 17

²⁴⁶ Citado por VILLANUEVA, VILLANUEVA, Ernesto; El sistema jurídico de los medios de comunicación en México; UAM, Serie Derecho, Triana editores, México, 1995, Pag. 44

La función social de la industria televisiva, es señalada por el artículo 5º de la LFRT, que dice: “La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana.”

Agregando, con muy poco rigor jurídico en su redacción:

“Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana;
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales”.

El contenido de este artículo, viene a ser, en palabras de Ernesto Villanueva, una especie de catálogo de buenos propósitos que se quedan sólo en eso, toda vez que la legislación no establece sanciones a la conducta contraria a la prevista, por las hipótesis normativas. Esto es explicable si se considera que la palabra

procurar, utilizada por el legislador en la redacción de este texto, significa de acuerdo al Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, "hacer diligencias o esfuerzos para que suceda lo que se expresa" mientras el verbo deber, según el mismo diccionario, implica "Estar obligado a algo por la ley divina, natural o positiva". De esta manera, mientras el que procura, puede o no, realizar algo o dejar de hacerlo, el que está obligado tiene sobre sí, un imperativo que le impele a su cumplimiento.

Por otra parte, el carácter genérico de las cuatro fracciones del artículo 5º de la LFRT, y la falta de mecanismos e instancias cualificadas para lograr su cumplimiento, son circunstancias que coadyuvan a su ineficacia.

La definición que hace la LFRT de la función social de la radio y la televisión, encuentra su fundamento en los siguientes fragmentos del artículo tercero constitucional:

"Todo individuo tiene derecho a recibir educación." "La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia." Fracción II: "El criterio que orientará esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios. Además: a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; b) Será nacional, en cuanto – sin hostilidades ni exclusivismos – atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al

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

Este contenido se reitera en el Considerando II del RLFRT, que establece:

“II. Que el presente ordenamiento reglamenta, en lo que se refiere a la Ley Federal de Radio y Televisión, sólo las atribuciones que dicha ley concede a la Secretaría de Gobernación; desarrolla en primer término, para los fines de su regulación, los postulados legales que establecen que la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común orientando estos medios preferentemente a la ampliación de la educación popular mediante el fortalecimiento de las funciones informativas, de recreación y de fomento económico.”

Los propósitos vertidos en el artículo 5º y en el 59 bis, que se verá más adelante, no se corresponden con las prácticas y normas que regulan la producción programática de la televisión.

En los artículos 6º y 7º de la Ley, se asigna al Ejecutivo Federal la obligación de promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica, así como la facultad para otorgar facilidades a las

estaciones que sean susceptibles de ser captadas en el extranjero, para divulgar las manifestaciones del país, intensificar la propaganda turística, etc.

Como complemento de este primer título de la ley, han de tenerse en cuenta los artículos 1º a 7º del RLFRT, en los que se destaca el papel de la radio y televisión en la integración nacional; la preferente orientación que las actividades de esos dos medios deben tener hacia la educación popular, difusión de la cultura, y estímulo para el progreso; la forma en que ha de desarrollarse la función informativa de la radio y T.V.; la finalidad de los programas recreativos y sus límites; la contribución que la programación de las estaciones debe suponer para el desarrollo económico del país y los aspectos que la propaganda comercial debe tomar en cuenta para favorecer el consumo de bienes y servicios nacionales y la adecuada planeación del gasto familiar.

Con base en el contenido del primer título de la LFRT, es posible aseverar que tanto el Estado como los concesionarios, por la actividad de interés público que realizan, tienen el grave compromiso social de contribuir a la generación del "conjunto de condiciones económicas, sociales, culturales, morales y políticas, necesarias para que el hombre pueda alcanzar su pleno desarrollo material y espiritual como persona humana, como miembro de familia, de la agrupación profesional, del municipio, del Estado y de la comunidad internacional."²⁴⁷

²⁴⁷ Definición de Interés público del maestro Porrúa Pérez, en PORRÚA PÉREZ, Francisco, Teoría del Estado, 6ª. Edición, México; Ed. Porrúa, S.A., 1971, Pag. 169

Del mismo modo, a la luz de lo establecido por el artículo 5º de la LFRT y de lo expuesto en los capítulos anteriores de este trabajo, se puede afirmar que la violencia televisiva:

- No constituye una afirmación del respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- Puede suponer una influencia nociva o perturbadora para el desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- No parece contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- No fortalece la unidad nacional, las convicciones democráticas, y la amistad y cooperación internacionales.
- No constituye un elemento que imprima al programa que la contiene, una orientación social, cultural o cívica, a menos que sea tratada bajo ciertas condiciones.

Se puede concluir que la presentación irrestricta de violencia en la televisión no es un factor que ayude al cumplimiento de la función social que le corresponde a este medio y puede en cambio dificultar su consecución. Por tanto, se hace necesaria una regulación jurídica que promueva eficazmente el cumplimiento de la función social televisiva, evite la emisión excesiva y gratuita de violencia y establezca medidas de protección para la infancia, como pueden ser la aplicación de criterios adecuados de clasificación, sistemas de información o alerta para los

televidentes sobre los contenidos de todos los programas que se transmitan, determinación de barras horarias fijas, dispositivos técnicos de control en los aparatos de televisión, etc.

2. Jurisdicción y competencias

El título segundo de la LFRT, en su capítulo único, **artículo 8º**, coherentemente con lo señalado en el artículo 1º de la ley, establece que “Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión.”

Los **artículos 9º, 10, 11 y 12**, establecen las competencias de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, de Gobernación, de Educación Pública y de Salubridad y Asistencia, en materia de radio y televisión.

En este orden de ideas, de acuerdo con el **artículo 9º**, compete a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otorgar y revocar, así como declarar la nulidad o caducidad de concesiones y permisos, autorizar y vigilar técnicamente las estaciones y servicios, fijar el mínimo de las tarifas para estaciones comerciales, intervenir en los actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras, imponer las sanciones que le corresponda y otras que le confieran las leyes.

Las atribuciones de las Secretarías de Gobernación (SG) y de Educación Pública, tienen especial relevancia, con relación a los contenidos de la programación televisiva:

“Artículo 10 : Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz pública;
- II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo;
- III. Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al gobierno federal;
- IV. Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el artículo 59 de esta ley;
- V. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta ley, y
- VI. Las demás facultades que le confieren las leyes.”

Por su parte, el artículo 8º del RLFRT, determina que las atribuciones concedidas por la LFRT a la Secretaría de Gobernación, deberán ejercerse por conducto de las Direcciones Generales de Información y Cinematografía, cuyas competencias se señalan en los artículos 9º y 10º del RLFRT, respectivamente.

Artículo 10 del RLFRT: "A la Dirección General de Cinematografía compete:

- I. Vigilar el contenido de las transmisiones por televisión de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados producidos en el país o en el extranjero, y autorizarlas siempre y cuando dicho contenido corresponda a los objetivos de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de la Industria Cinematográfica y de este Reglamento;
- II. Autorizar la importación de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados para la televisión, observando un criterio de reciprocidad con los países exportadores.
- III. Autorizar la exportación de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados nacionales y extranjeros. Podrá negarse cuando se considere inconveniente, por su tema y desarrollo, la exhibición de los mismos en el extranjero, aún cuando hayan sido autorizados para transmitirse en México;
- IV. Retirar transitoriamente del mercado las películas cinematográficas, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados para la televisión que se transmitan sin autorización, sin perjuicio de las sanciones en que incurran los responsables;

- V. Cancelar o suspender las autorizaciones cuando se infrinja la Ley de la materia o este Reglamento, o cuando causas supervinientes de interés público lo ameriten;
- VI. Vigilar que en las transmisiones de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados, se guarde un adecuado equilibrio entre los nacionales y los de origen extranjero;
- VII. Llevar el registro público de los concesionarios y permisionarios de televisión;
- VIII. Sancionar a los infractores de la Ley de la materia y de este Reglamento; y
- IX. Las demás que a juicio de la Secretaría de Gobernación contribuyan a alcanzar los objetivos de la Ley de la materia."

Llama la atención la última fracción de este artículo - que se repite en el artículo 9º referente a la Dirección General de Información -, ya que confiere a la Secretaría de Gobernación la posibilidad de auto adjudicarse las funciones que a su juicio sean necesarias, lo cual implica, de entrada, un alto riesgo para el sano ejercicio de la libertad de expresión.

Para que se otorguen las autorizaciones a que se refiere el artículo en comento, los interesados deberán cumplir con los requisitos que establecen los artículos 27 y 29 del mismo reglamento.

En el organigrama de la Secretaría de Gobernación, contenido en el Manual de Organización del Gobierno Federal, editado por la Coordinación General de Estudios Administrativos de la Presidencia de la República en 1982, no aparecen esas dos direcciones, sino la **Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC)**, a la que el Reglamento Interno de la Secretaría de Gobernación atribuye, en largo listado, todas las funciones que la ley confiere a la SG, de las que interesa mencionar las siguientes:

- Ejercer las atribuciones que confieren a la Secretaría en materia de radio, televisión y cinematografía, las leyes, reglamentos y ordenamientos sobre estas materias.
- Tener a su cargo los Registros Públicos que contemplen las leyes reglamentarias de la Radio, la Televisión y la Cinematografía.
- Conceder autorización para transmitir públicamente material filmado o grabado para cualquier tipo de programa de radio y televisión, así como de exhibir públicamente películas cinematográficas producidas en el país o en el extranjero, clasificando dicho material de acuerdo con las normas establecidas por la ley²⁴⁸ y vigilar su observancia en el territorio nacional.
- Otorgar autorización a los argumentos y guiones para la radio, la televisión y la cinematografía, y para la publicidad filmada o grabada, destinada a su transmisión por dichos medios.

²⁴⁸ Cfr. Artículo 72 de la LFRT y 23 de su Reglamento.

- Autorizar la retransmisión de programas para radio y televisión desarrollados en el extranjero y material radiofónico y de televisión patrocinados por un gobierno extranjero.
- Autorizar transmisiones en idiomas diferentes del español.
- Suplir al Secretario en la presidencia del Consejo Nacional de Radio y Televisión y en la Comisión de Radiodifusión.
- Imponer sanciones por infracción a las disposiciones que regulan las transmisiones de radio y televisión y las exhibiciones cinematográficas.
- Desempeñar las demás funciones que le encomienden las Leyes, Reglamentos o Acuerdos, o el Titular de la Secretaría.

Para su funcionamiento, RTC se organiza mediante varias direcciones, entre ellas, la Dirección de Televisión, que incluye diversas dependencias, entre las que, por sus funciones, se mencionarán algunas.

Corresponde a la *Subdirección de Operación*, detectar las omisiones y las violaciones a la LFRT, por parte de las emisoras oficiales y comerciales, así como determinar las sanciones correspondientes y coordinar la operación de supervisión para controlar la clasificación del material que se transmite por televisión.²⁴⁹

El *Departamento de Normas*, por su parte, es responsable de vigilar que las transmisiones de televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la

²⁴⁹ Cfr. Manual de Organización de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, Unidad Administrativa, diciembre de 1980. Biblioteca de la Secretaría de Gobernación; hoja 171

vida privada, a la dignidad de la persona y a la moral y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.²⁵⁰

La *Oficina de Análisis y Dictamen*, se encarga de “Analizar el contenido de las transmisiones por Televisión, teniendo como premisa que deberán mantenerse dentro del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz pública, con el objeto de detectar las anomalías existentes.”²⁵¹

El *Departamento de Análisis y supervisión*, autoriza el contenido de textos, libretos, etc. de los programas y mensajes comerciales que se difunden en el país a través de la televisión e interviene en la clasificación de los programas; mientras que la *Oficina de Clasificación y Autorización*, revisa los contenidos para su autorización, revisa y clasifica los programas y emite juicios en orden a la aprobación o denegación de un permiso de transmisión.²⁵²

Pasando a la siguiente Secretaría de Estado, a la que la LFRT, asigna competencias en la materia, el **artículo 11** de la ley, establece:

“La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones :

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

²⁵⁰ Ibidem. Hoja 180

²⁵¹ Ibidem. Hoja 186

- II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- IV. Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil;
- V. Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- VI. Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones;
- VII. Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y
- VIII. Las demás que le confiera la ley."

Finalmente, a la Secretaría de Salud compete según el artículo 12, autorizar la propaganda relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas, así mismo, la referente a la propaganda de comestibles, bebidas, artículos higiénicos, etc., orientar a la sociedad a favor de la salud pública, imponer las sanciones que correspondan y las demás que le confieran las leyes.²⁵³

²⁵² Ibidem. Hoja 191 y 192.

²⁵³ Tomando en cuenta que los contenidos televisivos se dirigen a satisfacer necesidades humanas de recreación, descanso, cultura, educación, etc. y que su influencia en el individuo, la cultura y la sociedad - Cfr. Cap. I, Pag. 42 y siguientes -, es relevante para la "salud psicosocial", deberían exigirse ciertos requisitos que garantizaran un mínimo de calidad en los productos televisivos y proporcionar a los televidentes, las advertencias oportunas sobre posibles efectos nocivos de algunos contenidos, por ejemplo: "este programa por contener escenas de violencia extensiva, puede producir insensibilidad social"

Tomando en cuenta la naturaleza de cada una de las Secretarías de Estado, parecería más conveniente que facultades como las asignadas a la Secretaría de Gobernación en la fracción II del artículo 10 de la LFRT, fueran competencia de la Secretaría de Educación Pública, a la que se debería otorgar una verdadera participación para sancionar y aprobar en su caso - previo análisis de especialistas -, el material que se lleva a la pantalla televisiva, contrastando su contenido con lo que se estipula en el artículo 3º Constitucional, la LFRT y su Reglamento.

La permanencia en el aire de tantas series que pueden ser nocivas para el desarrollo armónico de la niñez y la juventud, a causa de sus contenidos violentos y de otros factores perniciosos, o la inapropiada ubicación horaria de algunas series,²⁵⁴ denotan la falta de preparación de los responsables de las oficinas de análisis, dictamen, clasificación y autorización, de la Dirección de Televisión, de RTC, dependiente de la Secretaría de Gobernación, actual responsable de supervisar los contenidos de los programas televisivos.

A simple vista se puede observar, que resulta excesiva la injerencia del Ejecutivo en la interpretación y aplicación de las normas jurídicas que integran la legislación en materia de radio y televisión. Por tanto es de desear, la existencia de un organismo especializado, autónomo, de composición plural, a quien se

²⁵⁴ Vgr. La serie *The Simpson*, es transmitida en un horario de programación infantil, a pesar de tratarse de un programa de crítica social no apto para niños, aunque su formato (caricatura) sea el utilizado habitualmente en los programas infantiles.

atribuya el control y vigilancia de los medios electrónicos, con el ánimo de garantizar la objetividad, imparcialidad, pluralidad y democracia en el manejo de los medios y de mejorar la calidad de los contenidos, fungiendo como intermediario de las distintas partes para el cumplimiento de los requerimientos de carácter técnico y cultural que las transmisiones deban cumplir, porque si bien es cierto que la LFRT prevé la existencia de un organismo cuya composición no es enteramente gubernamental, denominado *Consejo Nacional de Radio y Televisión* - que más adelante se verá -, lo limitado de sus atribuciones y su dependencia de la Secretaría de Gobernación,²⁵⁵ han hecho que tenga apenas un cometido de carácter formal.

En México, un primer paso que modificaría totalmente la política de medios de comunicación, consistiría, por ejemplo, en pasar la administración de los medios públicos de comunicación de las manos del Poder Ejecutivo a las del Legislativo, a través de alguna comisión que también podría encargarse de las autorizaciones y concesiones, respecto a los medios privados. Otra medida más radical, sería contar con un órgano constitucional autónomo que, aunque emanado del poder legislativo, pudiera realizar sus tareas de manera independiente de éste y del ejecutivo.²⁵⁶

²⁵⁵ Cfr. Artículo 90 de la LFRT

²⁵⁶ En los países europeos existen comisiones más o menos independientes, casi siempre vinculadas al Parlamento, para administrar los medios públicos de comunicación. Cfr. CÁRDENAS, Jaime; "Órgano Constitucional Autónomo para los medios de comunicación en México", en REVISTA IBEROAMERICANA DE DERECHO DE LA INFORMACIÓN; Año I, N° 1, Mayo – Agosto de 1998; Pag. 48.

Independientemente de lo que se acaba de señalar, las facultades que actualmente se confieren en este título, a las cuatro Secretarías de Estado mencionadas, requieren para su operatividad, de una reglamentación particular. Hasta hoy, se cuenta sólo con dos reglamentos: el de la Secretaría de Gobernación, expedido en 1973 y el de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, de 1974. Resulta inexplicable que la Secretaría de Educación Pública y la de Comunicaciones y Transportes, 40 años después de la promulgación de la LFRT, no hayan expedido su propio reglamento.

3. Concesiones, permisos e Instalaciones

El título tercero de la ley está dedicado a concesiones, permisos e instalaciones, empleando su capítulo primero, exclusivamente a las concesiones y permisos.

Concesión, es el acto administrativo por medio del cual la administración pública, en su carácter de concedente, otorga a los particulares, a quienes se denomina concesionarios, el derecho para explotar un bien propiedad del Estado o para explotar un servicio público.²⁵⁷

En relación con el concepto de concesión, Acosta Romero señala que éste ha variado, tanto en la doctrina, como en la práctica administrativa de los Estados, y

²⁵⁷ Cfr. Diccionario Jurídico Mexicano. UNAM - Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tomo I, Editorial Porrúa, S.A., 5ª edición, México, 1992, Pag. 566 a 568.

agrega que su naturaleza jurídica varía también en función de las tendencias que se aprecien en la actividad del Estado; pues mientras en un Estado liberal, aparecerá como un contrato y otorgará al particular determinados privilegios; en un Estado intervencionista o que tienda al socialismo, la concesión será un acto administrativo y paulatinamente se restringirá al régimen de concesión, para que el Estado se haga cargo de actividades que, en otros Estados y otras épocas, se reconocían como parte de la esfera de actividad de los particulares.²⁵⁸

Actualmente, en México, la figura de la concesión no conserva elementos contractuales y se manifiesta como un acto administrativo discrecional por parte de la autoridad administrativa y en ciertos casos, no sólo se ha eliminado el concepto de contrato, sino que el Estado se ha reservado para sí, la realización de determinadas actividades que se consideran de interés público y que antes eran realizadas por los particulares a través de concesiones. Así, la Constitución ha señalado áreas estratégicas en las que no se otorgan concesiones: radiotelegrafía, petróleo, energía nuclear, acuñación de moneda, etc.²⁵⁹

Permiso, es el reconocimiento a cargo de la autoridad competente de un derecho particular, para el ejercicio de una actividad especial reglamentada por el Estado, o la realización de actos que ensanchan la esfera jurídica de su circunstancia. Se trata de un acto administrativo por el cual se remueve un

²⁵⁸ Cfr. ACOSTA ROMERO, Miguel; Teoría General del Derecho Administrativo; 11ª edición; México; Ed. Porrúa, S.A.; 1993, Pag. 786 – 795.

²⁵⁹ Cfr. Artículo 28, párrafos cuarto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

impedimento que la norma legal ha establecido para el ejercicio de un derecho de un particular.²⁶⁰

De este modo, mediante el acto administrativo del permiso, se actualiza un derecho existente en potencia, mientras que en la concesión, los particulares adquieren un derecho sobre un bien u obtienen una facultad que no estaba dentro de su esfera jurídica.

Según lo dispuesto en el artículo 13, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. Es necesario destacar, que sólo las estaciones comerciales requieren de concesión para su funcionamiento, mientras las estaciones de otra índole, sólo requieren de permiso.

Es notable la imprecisión de la LFRT al manejar los términos concesión y permiso, ya que impone la necesidad de una concesión para el caso de la explotación de tipo comercial y sólo exige permiso cuando la estación es no comercial, no obstante que en ambos casos, se está explotando un bien del dominio directo de la Nación.

²⁶⁰ Cfr. Diccionario Jurídico Mexicano, UNAM – Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tomo IV, Editorial Porrúa, S.A., 5ª edición, México 1992, Pag. 2388 a 2390.

Por otro lado, al no promover o dar mayores facilidades para las estaciones culturales - ~~salvo que es más sencillo el trámite de otorgamiento de permisos que el de concesiones~~ -, los legisladores no tomaron en cuenta las grandes necesidades que en materia educativa, cultural y de orientación cívica tiene el país, lo cual se refleja también en lo poco exigente que es la ley en este sentido hacia las estaciones comerciales, que no por serlo deben renunciar a la difusión de la cultura.

En el artículo 14, se prescribe que las concesiones para usar comercialmente canales de televisión y radio, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos.

Se entiende que los legisladores en este artículo intentaron proteger los intereses nacionales, sin embargo, tal medida ha resultado ineficaz, por no existir otro tipo de disposiciones que impongan a los concesionarios obligaciones concretas y medibles de contribución al bien de la nación,²⁶¹ que haga más patente que la posibilidad que se les otorga de comercializar en su beneficio un bien integrante del patrimonio nacional, no los exime, de la obligación de cumplir con la función social de la televisión. Por otra parte, también resulta contradictoria esta disposición, con la flexibilidad legal que ha dado pie a que el mercado

²⁶¹ Como podrían ser: establecer porcentajes mínimos de la programación que deban dedicarse a programas culturales, desarrollar al menos un proyecto anual de apoyo a sectores marginados de la sociedad, disminuir anualmente en cierto porcentaje la cantidad de violencia que se emita o de cualquier otro contenido que preocupe a la sociedad civil, etc. Estos compromisos podrían ser revisados con determinada periodicidad y manejarse como condición para el otorgamiento y refrendo de concesiones.

televisivo nacional se encuentre inundado de producciones estadounidenses – frecuentemente violentas -, que promueven valores y prototipos ajenos a los nacionales.

Las estaciones repetidoras, según establece el artículo 15, son consideradas como nuevas y en consecuencia, habrán de cumplir con todos los requisitos de éstas, para operar.

A este respecto, sería oportuno exigir al concesionario un estudio sobre la conveniencia de retransmitir o encadenarse con una nueva estación, porque la facilidad del otorgamiento de estas nuevas concesiones ha provocado, según señala certeramente Raul Cremoux, que la difusión masiva se centralice en el Distrito Federal con la consiguiente pauperización de la creatividad y producción local, zonal y regional.²⁶²

Si a esto se añade que las grandes empresas televisivas del país, son en un significativo porcentaje, repetidoras de la programación norteamericana y que los sistemas de televisión de paga, lo son casi al 100%, la productividad nacional se ve seriamente mermada.²⁶³

²⁶² Cfr. CREMOUX, Raul, *La legislación mexicana en Radio y Televisión*, Op. Cit., Pag. 27-28

²⁶³ De esta forma, la "televisión violenta" norteamericana invade la TV nacional, al igual que su cine. Llama la atención el hecho de que la Ley Federal de Cinematografía de 1992, que tiene por objeto impulsar el cine nacional, establece los siguientes porcentajes mínimos de películas nacionales que se deberán exhibir en las salas: A partir de la entrada en vigor de la ley y hasta el 31 de diciembre de 1993, el 30%; del 1º de enero al 31 de diciembre de 1994, el 25%; del 1º de enero al 31 de diciembre de 1995, el 20%; del 1º de enero al 31 de diciembre de 1996, el 15%; y del 1º de enero al 31 de diciembre de 1997, el 10%. No continúa indicando el porcentaje de 1998 y 1999, pero si se continuara con la misma serie numérica, en el 2000, tocaría el 0% (Cfr. Artículo tercero transitorio de la citada ley)

Centrando la atención en las concesiones, el artículo 16 se refiere al término de éstas, indicando que el mismo no podrá exceder de treinta años y que podrá ser refrendada por el mismo concesionario, quien tendrá preferencia frente a terceros.

Es demasiado el tiempo en que es concesionado el uso de un bien patrimonio de la Nación, sin que en ese tiempo se evalúe con parámetros objetivos, la contribución de las transmisiones al logro de la función social de la televisión. Las inspecciones y supervisiones que se realizan, son exclusivamente de tipo técnico. Por tal razón, se hace más preocupante aún, la ausencia total de requisitos que se observa en la ley, para obtener el refrendo de la concesión. De esta forma, la emisión de violencia en la televisión y muchas otras deficiencias en la programación, podrán continuar sin que la autoridad intente corrección alguna, ya que, por el contrario, manifiesta una “complacencia anticipada ante la tarea de quienes de manera temporal tienen en sus manos una concesión federal.”²⁶⁴

El artículo 17, dispone que sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones, cuando el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente y mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación, haga del conocimiento general que existen canales disponibles para su concesión.

²⁶⁴ CREMOUX, Raul; La legislación mexicana en radio y televisión; Op. Cit. Pag. 28

El mismo artículo determina los requisitos que deberán llenar las solicitudes:

- I. Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana;
- II. Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente; y
- III. Información detallada de las inversiones en proyecto.”

De entrada, el Estado sólo muestra interés en conocer las inversiones del proyecto. No aparece en la solicitud ningún requerimiento relacionado con la cualificación profesional del personal que operará el canal, giro que dentro del esquema comercial seguirá, etc.²⁶⁵

Haciendo una síntesis del articulado de este primer capítulo del título tercero - artículos 13 a 28 -, algunos ya comentados, se puede esquematizar lo siguiente:

➤ **Con relación al otorgamiento de CONCESIONES, la LFRT establece:**

- 1. Las concesiones sólo se otorgarán a ciudadanos mexicanos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. (Artículo 14)²⁶⁶
- 2. Las concesiones contendrán cuando menos:
 - a) Canal asignado;

²⁶⁵ Aunque es verdad que de conformidad con el artículo 36, Fracción III, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, respecto del otorgamiento de concesiones y permisos, debe escuchar la opinión que sobre el particular emita la Secretaría de Gobernación y se entiende que ésta opinará a partir de proyectos de carta programática presentados por los solicitantes.

²⁶⁶ Por su parte el artículo 27 señala que para que una concesión pueda ser transmitida por herencia, adjudicación judicial o cualquier otro título, se requerirá que los causahabientes reúnan la calidad de mexicanos.

- b) Ubicación del equipo transmisor;
- c) ~~Potencia autorizada;~~
- d) Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas;
- e) Horario de funcionamiento;
- f) Nombre, clave o indicativo, y
- g) Término de duración .

(Artículo 21)

Las características de la concesión no podrán alterarse, sino en virtud de resolución administrativa o en cumplimiento de resoluciones judiciales, tal como lo determina el artículo 22 y se permite el traspaso de concesiones y permisos vigentes, en el supuesto del artículo 26.

- 3. El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendada por el mismo concesionario, que tendrá preferencia sobre terceros. (Artículo 16)
- 4. No se podrá ceder, ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ella conferidos, instalaciones, servicios auxiliares, dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de la empresa concesionada. (Artículo 23)
- 5. Las acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora que fueran adquiridas por un gobierno o persona extranjeros, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto para

el tenedor de ellas y pasarán al dominio de la nación los derechos que representen. (Artículo 24)

6. Por lo que hace al procedimiento:

- a) La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) determinará y hará del conocimiento general, a través del Diario Oficial de la Federación, cuáles son los canales de radio y televisión disponibles para ser usados comercialmente. (Artículo 17)
- b) La solicitud para el otorgamiento de una concesión deberá contener el nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana; la justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente; así como la información detallada de las inversiones en proyecto. (Artículo 17)
- c) El solicitante deberá otorgar fianza o constituir un depósito que garantice la continuación de los trámites ante la SCT, hasta que la concesión sea otorgada o negada. (Artículo 18)
- d) Constituido el depósito o negada la fianza, la SCT, estudiará cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolverá a su libre juicio si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación del trámite. (Artículo 19)
- e) Seleccionada que sea la solicitud, se publicará a costa del interesado, una síntesis de la solicitud, con las modificaciones que se hubieren acordado, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial de la Federación (DOF) y en otro periódico de los de mayor circulación

en la zona donde deba operarse el canal, señalando un plazo de 30 días para que quienes pudieran resultar afectados presenten sus objeciones.

(Artículo 19)

- f) Transcurrido el plazo indicado sin que se presenten objeciones, y previo el cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales que fije la Secretaría, se otorgará la concesión. (Artículo 19)
- g) En caso de que se presenten objeciones, la SCT oír y recibirá las pruebas que presenten los interesados en un término de 15 días y dictará la resolución que proceda en un plazo que no excederá los 30 días. (Artículo 19)
- h) Otorgada la concesión, ésta será publicada en el DOF, a costa del interesado, y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones impuestas en el Título de Concesión, quedando sin efecto la fianza o depósito que se hubiere constituido para garantizar el trámite de la concesión. (Artículo 19)

Ahora bien, en caso de que un convenio internacional afecte el empleo de un canal, el concesionario tiene derecho a un canal equivalente conforme a lo señalado por el artículo 28.

➤ **Con relación al otorgamiento de PERMISOS, la LFRT dispone lo siguiente:**

1. La ley se limita a indicar que los permisos para las estaciones oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas, sólo se

otorgarán a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. (Artículo 25)

2. A diferencia de la concesión, la SCT no publica los canales susceptibles de explotación mediante permiso, sino que es el particular quien de *motu proprio* acude ante esa autoridad a hacer la petición formal y, luego del estudio de la solicitud en cuestión y de la opinión que sobre el particular emita la Secretaría de Gobernación, resolverá sobre la procedencia o improcedencia de otorgar el permiso.

Por su parte, el RLFRT, señala en su artículo 40, la obligación de cada concesionario o permisionario de televisión, de inscribirse en el Registro Público Cinematográfico de la Dirección General de Cinematografía.

Dentro del mismo título que se viene comentando, la LFRT, dedica su segundo capítulo (artículos 29 a 39) a los aspectos relacionados con las formas de nulidad, caducidad y revocación de las concesiones y permisos.²⁶⁷

El artículo 29, se refiere a la nulidad señalando "Son nulas las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones de esta ley y sus reglamentos"

²⁶⁷ Que guarda relación con el contenido de los artículos 29 a 32 de la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Las causas de caducidad de las concesiones otorgadas se encuentran ~~enumeradas por el artículo 30~~, donde destaca como causa principal, la consideración de los plazos para el funcionamiento de las mismas, en el caso de no cumplirlos,

En cuanto a la revocación, el artículo 31, señala en nueve incisos, los supuestos por los cuales una concesión puede ser revocada:

- I. Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la SCT.
- II. Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la SCT.
- III. Enajenar la concesión, los derechos derivados de ella o el equipo transmisor, sin la aprobación de la SCT.
- IV. Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o en fideicomiso o gravar de cualquier modo, íntegra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, el equipo transmisor, o los bienes afectos a su actividad, a gobierno, empresa o individuo extranjeros, o admitirlos como socios de la negociación concesionaria.
- V. Suspender sin justificación los servicios de la estación difusor por un periodo mayor de 60 días.
- VI. Proporcionar al enemigo, en caso de guerra, bienes o servicios de que se disponga, con motivo de la concesión.

- VII. Cambiar el concesionario su nacionalidad mexicana o solicitar protección de algún gobierno, empresa o persona extranjeros.
- VIII. Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de la ley.
- IX. Cualquier falta de cumplimiento a la concesión no especificada en las fracciones anteriores.

Es de lamentar que no exista ninguna causal de revocación que guarde relación con la calidad de la programación transmitida y con la realización de la función social de la televisión. De esta manera, el concesionario está autorizado para manejar sus estaciones, potenciando su función comercial e ignorando prácticamente su dimensión de servicio social.

En realidad, las señaladas por la ley, son causas muy remotas de revocación, porque se trata de supuestos que afectan directamente los intereses económicos del concesionario, o se refieren simplemente a no haber recabado una autorización para actos que de suyo son viables, etc.

De acuerdo con el artículo 32, en caso de nulidad, caducidad o revocación, si la causa es imputable al concesionario, éste perderá, a favor de la Nación el importe de la garantía a que se refiere el artículo 18 ó 19 en su caso. En cuanto a la propiedad de los bienes, el artículo 33 señala en qué casos pasarán a ser propiedad de la Nación, conservándose en todos los casos, según el artículo 34,

el derecho del Ejecutivo federal de adquirir los bienes que el concesionario conserve en propiedad.

El procedimiento a seguir para la declaración de caducidad, revocación y nulidad, es el que indica el **artículo 35**.

El **artículo 36**, impide que el beneficiario de una concesión declarada caduca o revocada obtenga otra nueva dentro de cierto plazo y de forma definitiva a los que hayan incurrido en las fracciones IV, VI y VII del artículo 31.

Por lo que hace a los permisos, el **artículo 37** enumera las causas por las que podrán ser revocados, pudiendo señalarse como la más relevante entre ellas, la señalada en la fracción IV: "No prestar con eficacia, exactitud y regularidad, el servicio especializado, no obstante el apercibimiento"

El **artículo 38** de la ley trata sobre la revocación de autorizaciones otorgadas a locutores extranjeros, señalándose en el **artículo 39**, que el procedimiento para su declaración, así como la de revocación de permisos, es la misma de las concesiones descrita en el artículo 35.

Como se ha podido observar, son trece artículos, del 16 al 28, los que señalan los requerimientos exigibles a los posibles concesionarios, pero ninguno se refiere al contenido de las transmisiones. Esto es, que el Estado no fija cuáles son las obligaciones de emisión, que el concesionario debe llenar para tener derecho a manejar un bien patrimonio de la Nación.

Más adelante, los **artículos 29 y 30** exponen los motivos de nulidad y caducidad y tampoco es posible encontrar en ellos algún motivo por razones de contenido.

Nueve artículos, del **31 al 39**, contienen los motivos para revocar las concesiones y bajo la misma lógica, ninguno de ellos tiene que ver con los contenidos. Es tan llamativa la protección que la ley ofrece a los concesionarios, que irónicamente Raul Cremoux afirma: "las concesiones de radio y televisión pueden anularse, caducar o revocarse por los motivos que se quieran, todas estas causas lindan en la frontera de la ciencia ficción, pero de ningún modo el concesionario puede perder el negocio por motivos que son sustanciales a su concesión: el contenido de las transmisiones."²⁶⁸

Es incoherente con lo señalado en los artículos 4º y 5º de la LFRT, que en los 24 artículos que rigen las concesiones, no se haga alusión clara sobre las obligaciones y compromisos que el concesionario debe asumir para mejorar con sus transmisiones a la comunidad en la que desarrolla sus actividades y a la que está prestando un servicio.

El capítulo tercero del título que se viene analizando, trata el tema de las Instalaciones (**artículos 40 a 45**), abundando en los requisitos que la SCT fija

²⁶⁸ CREMOUX, Raul, La legislación mexicana en radio y televisión, Op. Cit. Pag. 45

para su construcción, así como en las distintas medidas que considera convenientes para su seguridad y eficiencia técnica.²⁶⁹

4. Funcionamiento

El título cuarto del ordenamiento, se refiere al funcionamiento que deberán tener las estaciones de radio y televisión, mismo que se encuentra estructurado en cinco capítulos, cuyo tercero, relativo a la programación, requerirá de un mayor detenimiento, por la conexión que tiene con el tema de la violencia televisiva.

4.1 Operación

El capítulo primero del título cuarto de la ley, se refiere a la operación, que comprende, la sujeción de las estaciones a determinados horarios, de los casos de suspensión y reinstalación de los mismos, potencias autorizadas e interferencias que pudieran causarse entre estaciones nacionales e internacionales. Lo anterior está consignado en los **artículos 46 a 52**.

4.2 Tarifas

El capítulo segundo del título cuarto hace referencia a las tarifas a las que se sujetarán las difusoras comerciales en el cobro de los servicios que les sean contratados para su transmisión al público, señalando que corresponde a la SCT

²⁶⁹ Estas disposiciones se relacionan con el capítulo VII de la Ley de Vías Generales de Comunicación, artículos 48, 49 y demás relativos a la explotación de una vía general de comunicación.

fijar el mínimo de tales tarifas y vigilar su aplicación, según consta en los **artículos 53 a 57**.

Las tarifas de que habla la ley, pueden ser consideradas propiamente como el costo de los tiempos de transmisión, quedando sujetas a una clasificación de horarios. Cabe señalar que los estudios que en este sentido se han realizado por diversos investigadores, coinciden en que los tiempos de transmisión responden a las fluctuaciones de mercado, como si se tratara de una mercancía concreta, por lo que son los indicadores de audiencia, los que determinan realmente los costos de dichos tiempos.²⁷⁰ Si la violencia televisiva es un factor que eleva el rating, será un elemento económicamente muy atractivo para los concesionarios.

Por otro lado, resulta inexplicable que el Estado fije el mínimo – como si los concesionarios requirieran de esa protección por parte de la ley -, y no el máximo de las tarifas, lo cual sería en todo caso, más justificable, para garantizar la posibilidad de acceso a los medios de comunicación electrónica, por parte de la ciudadanía.

4.3 Programación

El Capítulo tercero de este título, que abarca del **artículo 58 al 80**, está dedicado a la programación y comprende lo relativo a los contenidos de las transmisiones.

²⁷⁰ Puede verse al respecto REBEIL CORELLA, María Antonieta; Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio; México, Ed. Trillas; 1989.

~~El artículo 58, tutela el derecho de información y la libertad de expresión en~~
radio y televisión, con fundamento en los artículos seis y siete constitucionales y se respalda en los artículos 63, 64, 67, fracción IV, y 78 de la LFRT. Sin embargo, los derechos implícitos en la norma, han quedado reducidos en la práctica, en un sofisma, ya que es verdaderamente remota la posibilidad de que cualquier persona, sin importar la clase social a que pertenezca, pueda tener acceso a estos medios electrónicos.

Este artículo 58, ha sido la bandera que incorrectamente han enarbolado los concesionarios de la televisión, para defender una libertad sin cortapisas, al margen de su responsabilidad de prestar un servicio en beneficio de la sociedad e ignorando el significado de su texto, cuando afirma que el derecho de información, de expresión y de recepción, "...se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes."

Así mismo, el artículo 59 señala: "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de treinta minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión." En este mismo sentido, el artículo 60, se refiere a la obligación de la transmisión gratuita de

boletines de cualquier autoridad y mensajes en que se solicite auxilio por parte de embarcaciones o aeronaves.

El RLFRT, en los artículos 12 y 13, regula el modo en que ha de manejarse el tiempo del Estado en las estaciones de radio y televisión.

El **artículo 59 bis**, de la LFRT, establece que:

“La programación general dirigida a la población infantil, que transmitan las estaciones de radio y televisión, deberán:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez;
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana;
- III. Promover el interés científico, artístico y social de los niños;
- IV. Proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo en la infancia.

Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o los teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas en el país o en el extranjero, deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.

La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley.”

Aunque la ley no explique el significado del término “desarrollo armónico”, ni el modo como la televisión puede contribuir a su realización, puede suponerse que la fracción I de este artículo, se refiere a que los programas de televisión deben

orientar a la niñez hacia un desarrollo acorde a la naturaleza de la persona humana y al proceso evolutivo de su etapa vital, en armonía consigo mismo, con sus congéneres y con su entorno ecológico y social.

En este sentido, y de acuerdo con los estudios existentes sobre los posibles efectos de la violencia presentada en televisión, sobre los niños, es posible afirmar que los contenidos violentos en la programación, no contribuyen al logro de ese objetivo. Por tanto, y tomando en cuenta que en un alto porcentaje de los programas para niños, se exalta la violencia como solución para resolver problemas,²⁷¹ se hace necesaria la adopción de medidas capaces de garantizar eficazmente, la protección de ese sector especialmente vulnerable de la población, que son los niños.

En cuanto a lo establecido en la fracción II, la violencia televisiva, por razones obvias, no puede ser considerada como un estímulo para la creatividad, integración familiar y solidaridad humana.

Los artículos 61 y 62, tratan del modo en que se fijarán los horarios a que se refiere el artículo 59 y de la obligación de las estaciones de radio y televisión, de encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación a juicio de la Secretaría de Gobernación.

²⁷¹ Ejemplos de ello son los *Thunderbirds*, los Caballeros del Zodiaco, *Pokémon*, los Felinos Cósmicos, los *Power Rangers*, *Dragon Ball* y *Dragon Ball Z*.

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

Este precepto es a todas luces violentado con la transmisión de numerosos programas. Cabe aquí, hacer la observación de que la violencia, presentada en televisión con determinadas características - justificada, sin consecuencias perjudiciales, realizada por personajes atractivos y utilizada como recurso eficaz para solucionar problemas -, puede constituir una forma de apología de la violencia o del crimen.

La ineficacia del artículo que se viene comentando, se debe tanto a la falta de equilibrio entre los fines comerciales de la industria televisiva y su finalidad pública de servicio al interés general, como a la inexistencia de medidas o recursos prácticos para su cumplimiento, de estímulos que lo promuevan y de sanciones para el caso de su incumplimiento.²⁷²

²⁷² Aunque el artículo 103 de la ley establece multa de \$5000.00 a \$50,000.00 en caso de desobediencia a cualquiera de las prohibiciones del artículo 63, no hay un seguimiento eficaz de las transmisiones para su aplicación y si se diera, los concesionarios tendrían un amplio margen económico para cubrir esas multas sin ser afectados mayormente, si se toma en cuenta el porcentaje de comerciales que manejan y las tarifas cobradas por esos espacios publicitarios.

El artículo 64, prohíbe por su parte, cualquier transmisión contraria a la seguridad del Estado o el orden público y de asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario con la citada Secretaría.

De acuerdo con el artículo 65, la retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero u organismo internacional, únicamente pueden llevarse a cabo con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación. En cualquier caso, de acuerdo con este artículo, los programas para niños, deberán ajustarse a lo dispuesto en el artículo 59 bis.

Con relación al artículo 65 de la LFRT, su reglamento establece en el artículo 14, la obligación del concesionario o permisionario, de presentar ante la Dirección General de Información de la S.G, una solicitud para la transmisión directa de programas originados en el extranjero, determinando las reglas que deberán observarse, mismas que se completan en los artículos 15 a 17.

Cabe cuestionarse si los criterios utilizados por la Secretaría de Gobernación para otorgar tales autorizaciones, son congruentes con los expresados en la LFRT y en su reglamento.²⁷³

²⁷³ Se han realizado estudios que indican la dificultad para establecer la congruencia entre el tenor de las normas y las transmisiones diarias, en las que se perciben diversos intereses, primordialmente económicos y políticos, que orientan los contenidos de las mismas. Cfr. BOBBIO, Norberto; El futuro de la democracia; México; F.C.E.; 1991 y SMITH Anthony, La Geopolítica de la Información; México; F.C.E.; 1986.

Los numerales siguientes (**artículos 66 a 80**), consignan una serie de prohibiciones u obligaciones a las que se deben ajustar las transmisiones en general y los anuncios publicitarios de radio y televisión, regulándose también en el RLFRT lo referente a concursos, sorteos y transmisiones en otros idiomas (artículos 18 a 22 de dicho reglamento).

Es de interés para el tema que se viene tratando, lo dispuesto en el **artículo 67**: “La propaganda comercial que sea transmitida por la radio y televisión se ajustará a las siguientes bases: ... IV. No deberá hacer en la programación referida por el artículo 59 bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.”

Al transmitirse programas infantiles violentos, es lógico que en la propaganda comercial no se respete lo dispuesto en este artículo, ya que muchas veces, se comercializan los personajes violentos de las series televisadas.

El **artículo 72** de la LFRT, establece que, “para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.”

Con relación a este artículo, el artículo 23 del RLFRT, establece que:

“... la Dirección General de Cinematografía autorizará las películas cinematográficas, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados, de acuerdo con la clasificación siguiente:

- I. Los aptos para niños, adolescentes y adultos en cualquier horario;
- II. Los aptos para adolescentes y adultos a partir de las veintiuna horas; y
- III. Los aptos únicamente para adultos a partir de las veintidós horas.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora, independientemente de su clasificación, en casos específicos y cuando a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio al que va dirigida, su temática u otras razones similares.”²⁷⁴

Además de posibles errores en la clasificación de los programas, es frecuente la ausencia de las advertencias a que se refiere el artículo 72 de la LFRT, y, por otra parte, resulta insuficiente que la advertencia aparezca al inicio del programa como señala la ley. Sería conveniente que los concesionarios de los canales de TARN, invirtieran lo necesario, en la instalación de sistemas que permitan que la clasificación del programa, aparezca siempre al sintonizar el canal. Este tipo de medidas, implicaría el establecimiento obligatorio de ciertas tecnologías, para la clasificación de programas y la fabricación de aparatos de televisión, de manera que éstos cuenten con los dispositivos necesarios. Países como Estados Unidos y Canadá, empezarán a manejar sistemas de control sobre los contenidos televisivos, a través de mecanismos especiales como el V-Chip o chip anti violencia.

²⁷⁴ Una vez más se autoriza a la Secretaría de Gobernación para actuar irrestrictamente.

En estrecha relación con el capítulo tercero, título cuarto de la LFRT; relativo a la programación, están los artículos 27 al 39 del RLFRT, de los que cabe destacar:

“Artículo 30: La Dirección General de Cinematografía, previa solicitud del interesado, podrá autorizar el examen de una película, una serie filmada, una telenovela o un teleteatro grabados, fuera del dominio que se fija en el artículo 27 de este Reglamento o de las horas hábiles, así como fuera de la dirección, en cuyo caso los honorarios del funcionario que examine la obra serán fijados por la citada Dirección y cubiertos por el concesionario o permisionario.”

Vuelve a inquietar el tema de la cualificación del personal de la Secretaría de Gobernación, para realizar eficazmente la evaluación de los programas para su autorización y, por otro lado, la flexibilidad de la ley sobre la forma de llevarse a cabo, dificulta la transparencia en tales procesos.

“Artículo 36: Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión, lo siguiente:

- I. Efectuar transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz o al orden públicos;
- II. Todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas, así como lo que, directa o indirectamente discrimine cualesquiera razas;
- III. Hacer apología de la violencia, del crimen o de vicios;

- IV. Realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres ya sea mediante palabras, actitudes o imágenes obscenas, frases o escenas de doble sentido, sonidos ofensivos, gestos, actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad;
- V. La emisión de textos de anuncios o propaganda comercial que requiriendo la previa autorización oficial, no cuenten con ella;
- VI. Alterar substancialmente los textos de boletines, informaciones o programas que se proporcionen a las estaciones para su transmisión con carácter oficial;
- VII. Presentar escenas, imágenes o sonidos que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas; y
- VIII. Transmitir informaciones que causen alarma o pánico en el público.”

Es claro que el contenido de la fracción III, es infringido cuando la presentación de violencia en la televisión se lleva a cabo en las formas ya vistas. Con relación a la fracción II, abundan las cintas cinematográficas y series filmadas, donde se discrimina a personas de raza negra, al aparecer como más violentas y peligrosas.

De alguna manera, el RLFRT, reconoce algunos de los resultados obtenidos de los estudios cualitativos sobre la violencia televisiva, al afirmar en el artículo 37:

“Se considera que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos:

- I. Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores;
- II. Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios;
- III. Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.”

4.4 De las escuelas radiofónicas

El capítulo IV - **artículos 81 a 83** -, del título de referencia, está dedicado a las escuelas radiofónicas, que aunque no son objeto de este estudio, requieren al igual que la programación televisiva, de una mayor atención para lograr desarrollar el gran potencial de crecimiento que pueden representar para las diversas organizaciones sociales y en particular para la comunidad indígena.

4.5 De los locutores

El capítulo quinto trata sobre los locutores, calidad que adquieren quienes cuenten con un certificado de aptitud. Sólo los locutores mexicanos pueden trabajar en las estaciones de radio y televisión y en casos especiales, la Secretaría de Gobernación puede autorizar a locutores extranjeros conforme a lo señalado por los **artículos 84 y 85**.

Por otra parte están considerados los cronistas y comentaristas – **artículo 89** -, quienes deberán presentar un certificado que acredite su capacidad para la

actividad especial a que se dedican, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

La necesidad de una adecuada cualificación profesional y ética, en quienes realizan esta actividad, resulta evidente, ya que se trata de comunicadores que expresan ideas y opiniones sobre temas de trascendencia social y la forma en que manejan asuntos como la violencia, repercute en la percepción de la realidad por parte del público receptor, así como en sus actitudes y manera de afrontar ciertos hechos.

5. Coordinación y vigilancia

El título quinto de la LFRT con sus dos capítulos, se refiere a la coordinación y vigilancia de la actividad radiodifusora y televisiva.

5.1 Organismo coordinador

El artículo 90, a la letra dice: " Se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores."

El artículo 91 describe las funciones del Consejo Nacional de Radio y Televisión (CNRT):

- I. Coordinar las actividades a que se refiere la LFRT
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal
- III. Servir de órgano de consulta al Ejecutivo Federal
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones
- V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y la televisión, y
- VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos

Ahora bien, en la práctica, resulta materialmente imposible localizar el citado órgano²⁷⁵ y se observa una lejanía fáctica del Estado, de los asuntos concernientes a la calidad de los contenidos televisivos.²⁷⁶ Sin embargo, no deja de ser verdad que se pueden encontrar en archivo, las autorizaciones de programas señaladas por la ley, estudios de opinión sobre preferencias televisivas, etc.

²⁷⁵ Al menos, para el ciudadano común y corriente: en la investigación realizada para el presente trabajo, se encontraron resultados negativos en las Secretarías relacionadas, ya que en algunas dependencias, no tenían conocimiento del CNRT y su comité, se observó desinterés sobre el particular y una actitud poco abierta a facilitar información. El organigrama de la Secretaría de Gobernación, donde se puede localizar el CNRT se obtuvo en el Archivo General de la Nación, al igual que el de la Dirección de Televisión.

²⁷⁶ Salvo el caso de los boletines oficiales, información relacionada con órganos de gobierno y funcionarios públicos, sobre lo cual, se realiza un escrupuloso monitoreo, según se pudo constatar.

El sistema de autorizaciones previas que establece la ley para la transmisión de programas y boletines, además de constituir una forma de censura, no incide en la mejora real de la televisión mexicana, como lo muestra la experiencia diaria de programas de ínfima calidad y el elevado índice de contenidos violentos.

Todo lo anterior, lleva a corroborar que las actuales funciones de la Secretaría de Gobernación en esta materia, la rebasan con mucho y no son adecuadas a la naturaleza misma de esta dependencia, como ya se hizo notar en otro momento.

No es aventurado afirmar que en la actualidad, la función coordinadora del CNRT, corresponde en realidad a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, quedando la primera, como una figura protocolaria de muy poca utilidad e influencia real en los medios.

5.2 Inspección y vigilancia

De acuerdo con el capítulo segundo del título quinto, que abarca los artículos 93 a 100, corresponde a las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación, todo lo relativo a la inspección y vigilancia. Para tal efecto, podrán practicar visitas de inspección técnica para determinar si el servicio es satisfactorio y si se presta con las especificaciones señaladas. Las visitas se practicarán en presencia del concesionario o permisionario, dentro de las horas de funcionamiento de las estaciones, con personal a su cargo y conforme a orden

expresa de la Secretaría facultada para ello. Los datos obtenidos con motivo de las inspecciones, tendrán de acuerdo con la ley, carácter confidencial.

El artículo 97 establece que " El concesionario o permisionario está obligado a atender las observaciones que por escrito haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se ajustan a la presente ley y su reglamento"

La falta de mecanismos idóneos, la ausencia de reglamentos y de visitas de inspección reales, aunado a la tónica general de protección hacia los concesionarios que se observa en la ley, ha propiciado el incumplimiento habitual de las obligaciones a cargo del concesionario y el que se desdibuje cada vez más, la función pública de los medios de comunicación social. No extraña por tanto en este contexto, la disposición sobre el carácter confidencial de los aciertos y los errores observados con motivo de las inspecciones. Por tratarse de una actividad de interés público, lo lógico sería que los resultados de las inspecciones, fueran del conocimiento público.

6. Infracciones y sanciones

El título sexto y último de la LFRT, con un capítulo único integrado por los artículos 101 a 106, está dedicado a las infracciones y sanciones.

En el artículo 101, se enumeran los supuestos que deberán considerarse infracciones, refiriéndose a actos que contravienen lo dispuesto por la propia ley.

En cuanto a las sanciones, se establece un castigo de tres días a cuatro años de prisión y multa de \$1000.00 a \$50,000.00 , para quienes dañen una estación de radio o televisión, que para el caso de uso de explosivos o materias incendiarias, la prisión será de cinco a diez años.²⁷⁷ Con esta medida, en realidad se están protegiendo los bienes inmuebles del concesionario.

Las multas que establece la ley, varían dependiendo de la infracción de que se trate, pero para imponer dichas sanciones, de acuerdo con el **artículo 105** de la ley, la autoridad administrativa oirá al o los presuntos infractores, antes de dictar la resolución que corresponda y les concederá plazos para corregirse.

El régimen de infracciones y sanciones establecido por la legislación, es muy benévolo para los concesionarios. En general, el monto de las sanciones pecuniarias no corresponden a la realidad económica de los concesionarios, a pesar de que el **artículo 106** in fine, establece que “En todo caso, la sanción se aplicará en consideración a la gravedad de la falta y a la capacidad económica del infractor.”

En cuanto al contenido de las transmisiones – programación y anuncios -, no existen sanciones privativas de la libertad, ni de revocación, ni se considera responsable al concesionario de las infracciones que en esta materia se señalen. Raúl Cremoux hace notar que “... las formas más primarias de la comunicación,

²⁷⁷ Cfr. Artículo 102 de la LFRT

que pueden ser el insulto verbal o la calumnia, tienen severas sanciones, incluso la privación de la libertad física para el individuo que las profiere. En cambio, la radiodifusión que constituye una de las formas más sofisticadas de difusión del pensamiento, tiene sanciones económicas mínimas y únicamente este tipo de sanciones, en cuanto a la violación de normas elementales."²⁷⁸

C) INICIATIVAS DE LEY ACTUALMENTE EN ESTUDIO EN LA CÁMARA DE DIPUTADOS DEL CONGRESO DE LA UNIÓN.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995 - 2000, en el capítulo III, inciso 12, relacionado con la libertad de expresión y de prensa, y el derecho a la información, deja dicho que "el Ejecutivo Federal considera que pretender normar las garantías individuales sobre la libertad de expresión entraña más riesgos que beneficios, pero que estará en todo momento atento a las propuestas de la sociedad y el legislativo."

Al iniciar los trabajos de la LVI Legislatura, el 28 de enero de 1995, se creó la Comisión Especial de Comunicación Social (CECS) con el mandato aprobado por el pleno, de consultar a la ciudadanía y de recoger opiniones con el fin de hacer efectivas y salvaguardar la libertad de expresión, garantizar el derecho a la información, así como adecuar el marco jurídico a las transformaciones tecnológicas ocurridas en el ámbito de la información y de la comunicación.

²⁷⁸ CREMOUX, Raul; Op. Cit. Pag. 83-84

De esta manera, la CECS, organizó la consulta pública mediante foros regionales en todos los estados de la Federación y, por primera vez en la historia de la Cámara de Diputados, convocó audiencias públicas en las que participaron representantes de la industria de la televisión, además de un sinnúmero de audiencias privadas, que dieron por resultado varias iniciativas,²⁷⁹ entre las que cabe destacar el Decreto por el que se adicionan y reforman diversas disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley General de Salud. (30-XI-1998) que contiene disposiciones sobre la especificación de horarios de transmisión con el fin de evitar una influencia negativa en los niños y jóvenes; la inclusión de matices éticos en la programación y mensajes publicitarios y la prohibición total de publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco.

Con relación a los contenidos violentos de la televisión, propone:

- Modificar la fracción II del artículo 5º de la LFRT, para quedar como sigue:

“Evitar la generación de influencias que tiendan a perturbar el desarrollo armónico de la niñez y la juventud”;

²⁷⁹ Iniciativa de Ley que crea la Ley Federal de Comunicación Social, reglamentaria de los artículos seis y siete de la Constitución y abroga la Ley de Imprenta; Iniciativa de Decreto que reforma y adiciona diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Entidades Paraestatales; Iniciativa de reformas al sistema de comunicación electrónica para el fortalecimiento de la sociedad en el ámbito regional, local y nacional, en México, que prevé modificaciones a los artículos 6, 7, 27, 28 y 115 constitucionales, a la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, a la Ley Federal de Telecomunicaciones, a la Ley General de Educación, a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y al Reglamento Interno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; Iniciativa de Decreto que modifica los artículos 5, 10 fracción II, 59, 59 Bis, 81 y 91 de la Ley Federal de Radio y Televisión; Iniciativa de reformas y adiciones a la Ley Federal de Radio y Televisión (artículos 11, 12, 59, 59 Bis, 63 y 77); Iniciativa de reforma al artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión; Iniciativa de reformas y adiciones a la Ley General de Salud (artículos 301 y 308) y a la Ley Federal de Radio y Televisión (artículos 63, 68 y 106), y la Iniciativa de reformas y adiciones a la Ley Federal de Radio y Televisión (artículos 5, 10, 59, 59 Bis, 67 y 72) y a la Ley General de Salud (artículo 306)

- Modificar la fracción I y IV del artículo 10 de la LFRT, para señalar como competencia de la S.G: “ I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada y que no atenten contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y paz públicos, por medio de programas con contenido violento. (II.- ... III.- ...) IV.- Fomentar y vigilar la eficacia de las transmisiones de programas de contenido educativo, cultural y de orientación social a que se refiere el artículo 59 de esta ley.”
- Adicionar el artículo 59 de la LFRT, para señalar que las emisiones del tiempo oficial serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión, “con el fin de estimular el desarrollo de una programación con contenido ético que genere el desarrollo humano”
- Modificar la fracción I y IV del artículo 67 de la LFRT, para quedar como sigue: “ I.- Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación, respetando en todo momento al público para el cual se dirige dicha programación, en los horarios establecidos. Para el caso de los programas que contengan escenas de violencia, deben ser transmitidos entre las 22:00 y las 6:00 horas. (II.- III.-) IV.- No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59 bis de esta ley, publicidad que incite a la violencia física o moral, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.”

- **Modificación del artículo 72 de la LFRT: “ Para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la presente ley, independientemente de las disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, deberán transmitirse en los horarios establecidos.”**
- **Adición de la fracción IV del artículo 306 de la Ley General de Salud, relativo a la publicidad: “El mensaje no deberá inducir conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física y mental que vulneren la voluntad del individuo o que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer y de los niños.”**

CAPÍTULO V

UNA PROPUESTA DE MEJORA

Ignorar los posibles efectos perniciosos de la violencia televisiva, argumentando la ausencia de evidencias científicas concluyentes al respecto, implica graves riesgos, puesto que la simple sospecha – y hay algo más que esto-, de que la televisión contribuya a la violencia real, sea por imitación, por activación de conductas o por desinhibición, así sea sólo en conjunción con otros factores y sólo en ciertos individuos, es razón suficiente para tomar medidas al respecto.

Legislar en favor de una televisión no violenta, que ayude a mejorar las formas de la convivencia humana, es compatible con el ejercicio de la libertad de expresión y supone una importante aportación al bien común, que disminuye los riesgos que pueden afectar a grupos especialmente vulnerables y contribuye al cumplimiento de la función social de la televisión.

Sin embargo, optar por suprimir radicalmente la violencia en la programación televisiva, no aportaría mayores beneficios, si el problema no es abordado de manera integral, con amplitud y profundidad.

Por esa razón, se concluirá este trabajo aportando ideas para una reforma legislativa tendiente a:

- A. Fortalecer la función social de la televisión;
- B. Acrecentar la responsabilidad de los medios frente a la sociedad ;
- C. Fomentar una participación más activa, por parte de los telespectadores y,
- D. Mejorar los sistemas de protección de la infancia y de la dignidad de la persona, frente a la violencia televisiva y otros contenidos equiparables.

Al mismo tiempo, se buscará paliar los excesivos poderes que en materia de medios de comunicación tiene actualmente el Ejecutivo.²⁸⁰ En este sentido, las propuestas que se harán, parten de la convicción de que si bien es cierto que corresponde al Estado *garantizar* determinados servicios públicos necesarios, *regular* su funcionamiento, *asegurar* el cumplimiento del orden legal establecido y *otorgar concesiones equitativas* a quienes pueden operarlos, todo ello lo ha de realizar con justicia y transparencia.

Por otro lado, así como se ha de evitar poner al Estado en situación de que "lo pueda todo", hay que evitar también, un Estado tan "mínimo", que no intervenga, confiado totalmente en que los principios de las Leyes del Mercado, al promover la libre competencia cultural, romperán con los monopolios, aumentarán la calidad de los productos televisivos, abrirán nuevos espacios de participación social, agilizarán la producción comunicativa, versatilizarán las fuentes de

²⁸⁰ En muchos países, los organismos encargados de los medios de comunicación social, dependen del Parlamento.

financiamiento de las empresas culturales, etc., cuando en realidad, el mercado en la industria televisiva, ha dejado de ser la relación de *equilibrio natural* entre los elementos económicos de la producción, planteada por el liberalismo, para convertirse en la imposición de una relación artificial de los grandes monopolios, sobre la población.²⁸¹

A continuación, se enunciarán las propuestas que se sugieren como conclusión de esta investigación, aclarando que aunque en ocasiones se proponen los textos concretos de las reformas o adiciones al articulado de la ley, en la mayoría de los casos, se trata de ideas que implican una ardua labor legislativa, que bien podría ser objeto de otra tesis.

A) RESCATE Y FORTALECIMIENTO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA DE LA TELEVISIÓN

Considerando que la relegación fáctica de que ha sido objeto la función social de la televisión, es una de las principales causas de las deficiencias éticas de los contenidos televisivos, el primer esfuerzo legislativo para superar el problema de la violencia televisiva, ha de dirigirse a rescatar dicha función y a incrementar las posibilidades de su cumplimiento. Las medidas concretas que se proponen en este sentido, son:

²⁸¹ Asunto que afecta inclusive a los programas noticiosos, que son controlados a nivel internacional por las agencias dominantes, que jerarquizan, enfocan, seleccionan o eliminan las noticias, de acuerdo a los intereses del país al que pertenecen. Cfr. LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; Análisis del "nuevo orden" internacional de la información"; Ediciones universidad de navarra, S.A.; Pamplona, España, 1978.

- a) **Consagrar en el texto constitucional, la *garantía de la libertad de expresión a través de los medios electrónicos de comunicación social* y declarar la *función pública* que les es propia.**

Dado el predominio que los medios de comunicación electrónica han alcanzado sobre los medios escritos, como portadores efectivos de mensajes mediáticos y en virtud de las cualidades intrínsecas de la radio y la televisión que los convierten en elementos clave para el desarrollo social del país, se hace muy conveniente considerarlos explícitamente en el texto constitucional referente a la libertad de expresión.

Por otra parte, se ve necesaria una declaración de rango constitucional, sobre la función pública de esos medios, para que puedan asumir su verdadero compromiso social y realicen su función pública, con independencia de planes sexenales, ataduras partidistas o sistemas económicos.

REFORMAS Y ADICIONES A LA CONSTITUCIÓN

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	
TEXTO VIGENTE:	TEXTO PROPUESTO:
Artículo 6º : La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún	Artículo 6º : La manifestación de las ideas, por cualquier medio, no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de

<p>delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado.</p>	<p>tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público. El derecho a la información que tiene todo individuo, será garantizado por el Estado, en todos los medios de comunicación.</p>
<p>Artículo 7º : Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.</p>	<p>Artículo 7º : Es inviolable la libertad de expresar y publicar mensajes sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores, ni coartar la libertad de expresión, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Los medios de comunicación social escritos y electrónicos, tienen una función pública que realizar, en beneficio de la sociedad. En ningún caso podrán secuestrarse los medios de comunicación como instrumentos de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de medios de comunicación, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios, locutores, camarógrafos, concesionarios y demás empleados del establecimiento de donde hayan salido los mensajes denunciados, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.</p>

De esta manera, cualquier ciudadano dispondría de mayor fundamento para exigir de los medios, el servicio que le es debido y, de mayor claridad, para entender el alcance y límites de la libertad de expresión, ejercida a través de los medios electrónicos de comunicación. Al evidenciarse la responsabilidad social de

la televisión se facilita la correcta valoración de las prácticas comunes del ~~quehacer televisivo y del propio~~ derecho a la información, reconocido por la Constitución como una garantía individual, que exige la posibilidad real de acceso a los medios de comunicación para informarse e informar, dos caras de un derecho que no es absoluto, como deja claro el texto constitucional al indicar sus límites.

b) Redefinir la función social de la televisión y establecer medidas que faciliten su realización.

Para subsanar las deficiencias atribuidas a la descripción de la función social de la televisión que ofrece la LFRT, ²⁸² se propone, integrando algunas ideas contenidas en el proyecto de Ley Federal de Comunicación Social, la siguiente reforma:

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN	
TEXTO VIGENTE:	TEXTO PROPUESTO:
<p>Artículo 5º: La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de la convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; II. Evitar influencias nocivas o 	<p>Artículo 5º: La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de la convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, deberán:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Afirmar y promover el respeto a la dignidad humana, los vínculos familiares y los principios de la moral social.

²⁸² Cfr. Cap. IV, Pag. 302 y 303

<p>perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;</p>	<p>II. Difundir información cierta, objetiva, completa, plural, clara y oportuna, sobre hechos y situaciones de interés público.</p>
<p>III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana, y</p>	<p>III. Ser instrumento activo para la educación y desarrollo cultural de todos los sectores sociales del país.</p>
<p>IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.</p>	<p>IV. Evitar la generación de influencias que puedan perturbar el desarrollo armónico de la niñez y la juventud;</p>
	<p>V. Contribuir al esparcimiento y recreación de la persona, la familia y la sociedad en general.</p>
	<p>VI. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.</p>

Con el convencimiento de que conviene hacer más énfasis en los modos de conseguir que la ley se cumpla, que en las sanciones que se aplicarán en caso de incumplimiento, se proponen algunos medios para promover el cumplimiento de este precepto:

1. Exigir como requisito para el otorgamiento de concesiones, la existencia de un *proyecto social*, en el que se desarrollen las pautas de acción para cada una de las obligaciones señaladas en las seis fracciones del artículo 5º. Deberá tratarse de un proyecto susceptible de medición, cuyos resultados sean un elemento a considerar en el momento de conceder los refrendos y para el otorgamiento de determinados estímulos fiscales a los concesionarios;

2. Suprimir los llamados “tiempos fiscales” con los que los concesionarios pagan en especie, el impuesto que grava el importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionan al amparo de concesiones federales para el uso de bienes de dominio directo de la nación, cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley,²⁸³ y establecer el impuesto justo que corresponda pagar por la actividad comercial publicitaria, desarrollada en el medio, dando cabida a lo que se señala en el punto anterior, in fine.
3. Brindar mayores apoyos a la televisión cultural y educativa, permitiendo comercializar sus tiempos y otorgándole mayores estímulos fiscales; Cabría la posibilidad de suprimir la división injustificada entre permisos y concesiones, para facilitar lo que se propone, y al mismo tiempo, superar la imprecisión actual de la ley al manejar esos términos;²⁸⁴
4. Estimular la responsabilidad de los concesionarios, trabajadores del medio y, específicamente de los periodistas, promoviendo el establecimiento de convenios de autorregulación de las cadenas televisivas para el mejoramiento de los contenidos y de códigos éticos para la actividad informativa.

²⁸³ Cfr. Artículo 9 de la Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos, publicada en el Diario Oficial el 31 de diciembre de 1968;

²⁸⁴ Cfr. Pag. 317 a 319 del Cap. IV de esta tesis.

5. Contar con sistemas y mecanismos idóneos, que prevean la participación ciudadana en general y particularmente, en lo que se refiere al seguimiento de la aplicación de los convenios de autorregulación y códigos de ética informativa. Esto exige que dichos convenios sean públicos, que existan canales de retroalimentación, e instancias para la interposición de quejas;
6. Garantizar a los grupos sociales y políticos significativos, el acceso a los medios, facilitando mediante mecanismos equitativos, el acceso de información por parte de ciertas organizaciones sociales, sin que se impongan con ello, condiciones restrictivas a la operación;
7. Contemplar como contrapartida del estatuto profesional de los profesionales de la información, emanado del código deontológico antes mencionado, un régimen de responsabilidad civil y penal especial, en materia de información, dando por hecho que la participación de los ciudadanos es la que permitiría ejercer acciones de balance en esta materia;
8. Establecer mecanismos de carácter procesal que permitan corregir los posibles excesos de los medios de comunicación, mediante la acción de los particulares. Esto podría lograrse a través de un órgano especializado - el ombudsman de los medios de comunicación social, un órgano constitucional autónomo para los medios, etc. -; la ampliación de facultades de instituciones que ya existen - Vgr. La Comisión de

Derechos Humanos, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, etc. -, e incluso procedimientos especiales ante los tribunales administrativos y judiciales;

9. Regular los derechos de respuesta y rectificación en los medios electrónicos;
10. Establecer obligatoriamente, la aplicación de sistemas eficaces de protección de la infancia ante la violencia televisiva y por analogía de causas, ante otros contenidos nocivos;
11. Proporcionar a los medios y dependencias relacionadas con la televisión, la información necesaria sobre el Plan Nacional de Educación y las necesidades de ampliación de la educación popular, de que habla la ley,²⁸⁵ para que puedan ser apoyados de diversos modos, por la televisión;

c) Reconocer el carácter de servicio público de la televisión

Definir a la radio y televisión como un servicio público, refuerza su sentido teleológico de servicio comunitario y les confiere la denominación más acorde a su naturaleza: la actividad radiodifusora es en nuestros días, indispensable para el desarrollo de la interdependencia social y es de tal naturaleza, que no puede ser

²⁸⁵ Cfr. Artículo 3 del RLFRT

realizada completamente sin la intervención del Estado, ya que para existir, requiere del uso constante del espacio aéreo, que es propiedad de la Nación.

Reglamentar la radiodifusión como servicio público de concesión federal, facilitaría el ejercicio de las atribuciones del Estado en la materia y rescataría para éste el derecho original a prestarlo, pudiendo ser utilizado como eficaz recurso en la realización de programas de desarrollo social, sin perjuicio de que continúe concesionándose, lo cual es, por otra parte, imprescindible.

Sobre esa base, las sociedades concesionarias estarían prestando un servicio público, al mismo tiempo que ejercerían sus derechos constitucionales; por tanto, el legislador deberá buscar el equilibrio entre las exigencias del servicio público y las de las libertades individuales, optando, por una regulación que atendiendo ante todo a las necesidades del servicio, sea lo menos gravosa para las libertades de los concesionarios.²⁸⁶

d) Prestar el servicio público televisivo, también por parte del Estado.

Una medida importante para lograr ajustar las actividades televisivas al ideal de servicio comunitario que le corresponde, independientemente de los avances que puedan darse en la televisión privada incrementando la responsabilidad de los

²⁸⁶ Idea que se encuentra reforzada en la jurisprudencia de países europeos donde la televisión es considerada como servicio público: La sentencia del 4 de noviembre de 1986 del Tribunal Constitucional Alemán (recurso contra la Ley de radiotelevisión de Baja Sajonia) afirma que a las empresas privadas no han de serles requeridas tan altas exigencias y habla de normas que aseguren tan sólo un "estándar mínimo". Cfr. CHINCHILLA MARÍN, Carmen; Prólogo a la primera edición de la Legislación de Radio y Televisión españolas; Ed. Tecnos; Biblioteca de Textos Legales; 2ª. Edición; Madrid, España; 1997; Pag. 15.

concesionarios y la participación de la sociedad, consiste en que el Estado mismo ofrezca ese servicio, desde una televisión estatal – no gubernamental -, que enriquezca la realidad actual de la televisión nacional, superando de ese modo el reduccionismo que supone para el país, la existencia de una televisión privada casi al cien por ciento.

Contrariamente a quienes afirman que dada la “pluralidad” de la televisión privada internacional y globalizada, la televisión estatal resulta innecesaria, se concluye en este trabajo, considerándola muy conveniente para lograr ciertos objetivos:

1. Dar la pauta a la televisión privada, en la difícil tarea de armonizar los distintos géneros de programación, con la sana difusión cultural y el cumplimiento de la función social de la T.V.,
2. Impulsar la televisión cultural y educativa,
3. Servir de contrapeso a la fragmentación de la audiencia, ofreciendo un foro común para toda la nación,
4. Colaborar al pluralismo informativo,
5. Garantizar a todos los grupos sociales y políticos, en condiciones de igualdad, el acceso a este medio de comunicación ,
6. Colaborar en la educación del gusto de los espectadores y, por último,
7. Asegurar, ante la creciente implantación de las televisiones de pago, que todos los ciudadanos, con independencia de su capacidad adquisitiva,

tengan la posibilidad de recibir la información variada y plural que necesitan para adoptar sus decisiones vitales y desarrollar su capacidad crítica.

e) Impulsar la televisión cultural y educativa

Dadas las enormes necesidades educativas, culturales y de orientación social existentes en el país y el exceso de programas con contenidos nocivos como la violencia, es muy conveniente, promover las estaciones culturales de televisión, otorgándoles mayores facilidades financieras, para lograr así su crecimiento y una mejor oferta de alternativas para el público receptor, lo cual constituye una forma positiva e indirecta de combatir el exceso de violencia en la televisión.

Para impulsar la televisión cultural y educativa, el Estado, además de prestar él mismo ese servicio, deberá ofrecer apoyos reales para el crecimiento de este tipo de televisión privada:

1. Ofrecer a las estaciones con ese giro, la exención de impuestos y la posibilidad de comercializar sus tiempos, ateniéndose a la lógica cultural de suprimir los "cortes" que interrumpen la programación para transmitirlos al final de los programas;
2. Otorgar subvenciones para el desarrollo de televisoras culturales o educativas, promovidas por organizaciones civiles con proyectos de

interés general que supongan una verdadera aportación sobre todo en los ámbitos locales, estatales y municipales. Los procedimientos para tales otorgamientos deberán ser públicos y transparentes;

3. Formar un Fondo Federal de Fomento a la Televisión Independiente, con los impuestos obtenidos de las inserciones publicitarias y de propaganda de partidos y con una determinada cuota estatal, para apoyar estaciones culturales y educativas;
4. Mejorar la utilización de los "tiempos oficiales", compartiéndolo proporcionalmente entre los gobiernos federal, estatal y municipal. El tiempo local, pudiera utilizarse no sólo en campañas políticas o de beneficio social, sino para permitir a los grupos culturales locales el espacio para difundir su arte;
5. Promover de forma estable, concursos a nivel nacional e internacional, que estimulen y premien la originalidad, creatividad, valor artístico y educativo, de los programas televisivos;²⁸⁷
6. Ampliar las funciones de la Secretaría de Educación Pública y su ámbito de colaboración con el Consejo Nacional de Radio y Televisión, para beneficio, de la tónica cultural de la televisión;²⁸⁸

²⁸⁷ Hasta ahora, no son conocidos programas nacionales que cimentados en la libertad de expresión de que se goza en el país, hayan merecido un reconocimiento general como obra de arte o programa educativo.

²⁸⁸ La televisión a través de todas sus transmisiones, manifiesta y genera cultura. Con su programación puede alimentar la cultura de la no violencia o por el contrario, la subcultura de la violencia. Por otro lado, se debe buscar modificar la idea de que la cultura no es divertida y por tanto, es completamente ajena a la función recreativa de la televisión.

7. Crear un canal especial de la SEP, cuya programación sea exclusivamente de corte educativo y complementario a los programas y planes del sistema educativo.

f) Modificar el régimen actual de concesiones de la televisión, para conseguir mayor compromiso con su función social.

En este aspecto, se propone la reforma de gran parte del articulado del título tercero de la LFRT y las adaptaciones necesarias derivadas de ello, a su Reglamento, Ley de Vías Generales de Comunicación (LVGC), Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Reglamento interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (RSCT), etc., a fin de establecer un sistema más justo en la materia, que termine con la actual discrecionalidad y garantice a la vez, que los concesionarios asumirán el compromiso de realizar la función social de la televisión en beneficio de la sociedad.

El contenido fundamental de la reforma implica:

1. La creación de la Comisión Nacional para la Comunicación Social (CNCS)

Integrada por un representante de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, un diputado y un senador de cada partido político representado en el Congreso de la Unión, un representante de la Secretaría de Comercio y

Fomento Industrial (SCFI), un representante de la Comisión Federal de Competencia (CFC), un representante del Consejo Nacional de Radio y Televisión (CNRT) y el director de la entidad Radio, Televisión y Cinematografía (RTC); cuyos nombramientos deberán ser ratificados por las dos terceras partes de la Cámara de Diputados.

1.1 Principales funciones de la CNCS:

- Otorgar, refrendar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión;
- Coordinar la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), con sus distintas dependencias y funciones;
- Llevar el Registro Público Nacional de Medios de Comunicación Social;
- Declarar el abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlos en los casos previstos por la ley;
- Asegurar la existencia y buena marcha, de instituciones y organismos que aseguren la transparencia, la participación social y el cumplimiento de los sistemas autorregulatorios y de la legislación vigente;
- Intervenir en la celebración de contratos y convenios nacionales e internacionales en materia de radio y televisión;
- Fungir como primera instancia para los casos no resueltos a través de las negociaciones entre partes, realizadas ante el CNRT o ante los ombudsmen

internos, de los medios que cuenten con esa figura como recurso autorregulatorio;

- Aplicar las sanciones correspondientes;

2. Participación de la Comisión Federal de Competencia (CFC) en el proceso de otorgamiento de las concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión.

La existencia de monopolios en este terreno, se contrapone a la realización de la función social de la televisión. Al limitar la posibilidad de distintas alternativas televisivas, limita también la oferta de contenidos, facilitando así la imposición de un estilo programático que puede estar caracterizado por ejemplo, por el recurso frecuente a la violencia. Por otro lado, al dificultar el pluralismo informativo, supone también un serio impedimento para el ejercicio pleno del derecho a la información. Por tal razón, y tomando en cuenta que la CFC tiene a su cargo prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas y las concentraciones, se considera una medida de carácter preventivo, su participación en el proceso de otorgamiento de concesiones y permisos, así como en otros actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras y los derechos de exclusividad sobre determinadas señales o transmisiones.

3. Ampliación de los requerimientos de las solicitudes, tendiente a un mayor compromiso de los concesionarios con la función social de la televisión.

MODIFICACIONES A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN:

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN	
TEXTO VIGENTE:	TEXTO PROPUESTO:
<p>Artículo 17: Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, cuando el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial. Las solicitudes de concesión deberán llenar los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana II. Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente, y III. Información detallada de las inversiones en proyecto. 	<p>Artículo 17: Para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, anualmente, durante el primer trimestre del año, se recibirán las solicitudes para la apertura de nuevas estaciones. Tales solicitudes serán analizadas en audiencia pública de la <i>Comisión Nacional para la Comunicación Social</i>. Las solicitudes de concesión deberán contener los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana II. Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente, III. Giro preponderante de la estación, IV. Información detallada de las inversiones en proyecto, V. Perfil profesional del personal con que se cuenta, VI. Proyecto social, VII. Código ético con el que regirá sus actividades informativas y, VIII. Copia de su Convenio de autorregulación para la mejora de calidad en los contenidos.
<p>Artículo 19: Constituido el depósito u otorgada la fianza, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes estudiará cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolverá a su libre</p>	<p>Artículo 19: Constituido el depósito u otorgamiento de la fianza, la <i>Comisión Nacional para la Comunicación Social</i> estudiará en audiencia pública, cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolverá, si alguna de ellas debe</p>

juicio, si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación de su trámite, en cuyo caso dispondrá que se publique, a costa del interesado, una síntesis de la solicitud, con las modificaciones que acuerde, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial y en otro periódico de los de mayor circulación en la zona donde debe operarse el canal, señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones. Si transcurrido el plazo de oposición no se presentan objeciones, previo cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales que fije la Secretaría, se otorgará la concesión. Cuando se presenten objeciones, la Secretaría oír en defensa a los interesados, les recibirá las pruebas que ofrezcan en un término de quince días y dictará la resolución que a su juicio proceda, en un plazo que no exceda de treinta días, oyendo a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de comunicación.

Otorgada la concesión, será publicada, a costa del interesado, en el Diario Oficial de la Federación y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones que imponga dicha concesión. Esta garantía no será inferior de diez mil pesos, ni excederá de quinientos mil.

Una vez otorgada la garantía antes citada, quedará sin efecto el depósito o la fianza que se hubiere constituido para garantizar el trámite de concesión.

Los solicitantes que no hayan sido seleccionados, tendrán derecho a la devolución del depósito o fianza que hubieren otorgado par garantizar el trámite de su solicitud.

seleccionarse para la continuación de su trámite, en cuyo caso dispondrá que se publique, a costa del interesado, una síntesis de la solicitud, con las modificaciones que acuerde, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial y en otro periódico de los de mayor circulación en la zona donde debe operarse el canal, señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones. Si transcurrido el plazo de oposición no se presentan objeciones, previo cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales establecidos, se otorgará la concesión. Cuando se presenten objeciones, la Comisión oír en defensa a los interesados, les recibirá las pruebas que ofrezcan en un término de quince días, y dictará su resolución, en un plazo que no exceda de treinta días, oyendo al Consejo Nacional de Radio y Televisión, a la Comisión Federal de Competencia y a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de comunicación.

Otorgada la concesión, será publicada, a costa del interesado, en el Diario Oficial de la Federación y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones que imponga dicha concesión. Esta garantía no será inferior de diez mil pesos, ni excederá de quinientos mil.

Una vez otorgada la garantía antes citada, quedará sin efecto el depósito o la fianza que se hubiere constituido para garantizar el trámite de concesión.

Los solicitantes que no hayan sido seleccionados, tendrán derecho a la devolución del depósito o fianza que hubieren otorgado par garantizar el trámite de su solicitud.

4. Re – creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, para dotarlo de autonomía y asignarle nuevas funciones.

En cuanto a la re – creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, para dotarlo de autonomía y nuevas funciones, se propone:

- 4.1 Que sea un órgano independiente del ejecutivo, con presupuesto propio y de integración plural:
- Dos representantes de la industria de radio y televisión
 - Dos representantes de los trabajadores de la radio y televisión
 - Tres representantes de organizaciones civiles
 - Tres representantes Académicos, especialistas en las áreas de comunicación y Derecho de la Información.
 - Tres representantes del Ejecutivo Federal que tengan a la comunicación social en su ámbito de competencia.
- 4.2 Que la designación de sus miembros sea por ratificación de las dos terceras partes de la Cámara de Diputados:
- Los representantes de la industria de radio y televisión, a propuesta de las organizaciones empresariales existentes en el país, debidamente constituidas con una antelación mínima de cinco años a la fecha de la propuesta.

- Los representantes de los trabajadores de la radio y televisión, a propuesta de las agrupaciones de trabajadores debidamente constituidas, por lo menos cinco años antes de la fecha de la propuesta.
- Los representantes de organizaciones civiles, a propuesta de las organizaciones civiles existentes en el país, que no tengan participación en partidos políticos y estén debidamente constituidas con una antelación de al menos cinco años a la fecha de la propuesta.
- Los representantes académicos, a propuesta de universidades y centros de investigación que cuenten con reconocido prestigio en el campo de la comunicación social y el derecho.
- Los representantes del Ejecutivo Federal, a propuesta de los secretarios de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes y de Educación Pública.

4.3 Que sus principales funciones sean:

- Opinar en relación con los proyectos de creación o reformas a las normas jurídicas en materia de comunicación social,
- Participar en el análisis previo al otorgamiento de concesiones, permisos y sus refrendos,
- Dar seguimiento al desarrollo de los *proyectos sociales* de las estaciones televisivas,

- Impulsar el desarrollo de convenios de autorregulación de los medios y los sistemas de seguimiento en los que participen Medios, Sociedad televidente y Estado,
- Desarrollar líneas de investigación y destinar fondos para ese fin, en las áreas de comunicación y derecho de la información, en coordinación con universidades, centros de investigación y la Secretaría de Educación Pública;
- Recibir, investigar y resolver las quejas respecto a presuntas violaciones al derecho a la información o a la libertad de expresión;
- Intervenir como conciliador de los conflictos suscitados. Ser instrumento de negociación y diálogo entre los ciudadanos, industriales, productores, publicistas, profesionales de la comunicación y autoridades,
- Emitir recomendaciones públicas cuando de la reclamación planteada resulte que se ha vulnerado el derecho a la información, la libertad de expresión o sus límites, o se afecte el interés general en esta materia,
- Trasladar los asuntos no resueltos a la CNCS y en su caso, hacer del conocimiento de las autoridades competentes, aquellos asuntos en los que se presume que el derecho violado es constitutivo de algún ilícito,

- Coordinar la participación ciudadana en los medios, a través de los espacios asignados para ello en la televisión estatal y en los "tiempos oficiales."²⁸⁹
- Proponer al Ombudsman de la Comunicación Social, para su ratificación en la Cámara de Diputados del Congreso;
- Presentar un informe periódico de sus actividades, a las autoridades y a la sociedad en general;
- Retroalimentar en todo lo que juzgue conveniente, a la Comisión Nacional para la Comunicación Social.

5. Reducción del término de las concesiones y condicionamiento del respectivo refrendo.

Siguiendo la misma línea de fortalecimiento de la función social de la televisión, se propone la siguiente modificación a la LFRT, relacionada con los refrendos de las concesiones:

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN	
TEXTO VIGENTE:	TEXTO PROPUESTO:
Artículo 16: El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia	Artículo 16: El término de una concesión no podrá exceder de 15 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia

²⁸⁹ Para dar cabida al tratamiento de los problemas nacionales, la difusión de distintas manifestaciones culturales y la colaboración en la consolidación de la propia identidad de los distintos grupos del México pluricultural, promoviendo al mismo tiempo, la apertura y comprensión frente a las diferencias. La falta de identidad de la población indígena y campesina del país, puede agravarse, al ser ignorada o distorsionada por la televisión nacional.

sobre terceros.	sobre terceros. Para otorgar un refrendo, se requiere de acuerdo positivo de la <i>Comisión Nacional para la Comunicación Social</i> , que analizará previamente, el informe del Consejo Nacional de Radio y Televisión, sobre el funcionamiento de la estación o canal y el cumplimiento de su función social.
-----------------	--

6. Consideración del incumplimiento de la función social de la televisión, como causa de revocación de la concesión.

Se propone modificar la fracción IX, y adicionar la X, del artículo 31 de la LFRT, que contempla las causas de revocación de las concesiones, para quedar como sigue:

Artículo 31.- Son causas de revocación de las concesiones: (...)

- IX. El incumplimiento grave y reiterado del proyecto social, del convenio de autorregulación para la mejora de la calidad de los contenidos, o, del código de ética informativa.²⁹⁰*
- X. Cualquier otra falta grave que atente contra la función social de la televisión.*

Tal disposición, implica la necesidad de someter las concesiones a exámenes periódicos sobre el contenido de sus emisiones.

²⁹⁰ Principales instrumentos con los que el concesionario cumplirá con la función social de la televisión.

g) Sancionar eficazmente el Incumplimiento de la función social de la televisión.

En vista de que las multas impuestas a los canales televisivos por transgredir la ley, no son disuasorias para los concesionarios y que por otra parte, se trata de una sanción que pasa inadvertida para el público, se propone - además de ajustar las multas para que sean proporcionales a los ingresos publicitarios de la televisión -, la aplicación de otro tipo de sanción en casos graves de incumplimiento:

1. *Pantalla en negro*²⁹¹: suspensión de emisión durante unos minutos, insertando en ese tiempo un comunicado que explique la decisión de la CNCS.
2. *Retiro de transmisión publicitaria*, hasta por periodos de 24 horas.

h) Crear la figura del Ombudsman de la Comunicación Social

Desde 1995, la opinión pública, se pronunció claramente en los foros de consulta popular en materia de comunicación social, en favor de la institución de la figura del Ombudsman de la comunicación, con facultades y obligaciones que

²⁹¹ Medida aprobada por la Asamblea Nacional Francesa en 1997 para ser adoptada por el Consejo Superior Audiovisual (CSA), organismo independiente que vigila el contenido de los programas de la televisión francesa. Cfr. "Francia sancionará a las televisiones con pantalla en negro"; ACEPRENSA; Año XXVIII, envío N° 13; del 9 de abril de 1997.

respondieran a las necesidades actuales del público receptor, los comunicadores y los medios de comunicación.

1. Características del Ombudsman

Este servidor público, debe reunir las siguientes características:

- 1.1 No pertenecer a ningún partido político,
- 1.2 Ser autónomo respecto al gobierno y los medios de comunicación,
- 1.3 Pertenecer al ámbito académico del Derecho de la Información o Comunicación Social,
- 1.4 Ser de probada honestidad y solvencia moral

2. Facultades y obligaciones:

- 2.1 Llevar el registro de los ombudsmen internos que existan en los medios, como mecanismo autorregulatorio;
- 2.2 En defensa del artículo 6º Constitucional, fomentar la participación social en los medios electrónicos, para que se asegure a todo ciudadano u organismo, el derecho a la información y la libertad de expresión;
- 2.3 Vigilar el funcionamiento de los organismos públicos y privados responsables del cumplimiento de las reglas establecidas;

- 2.4 Promover la objetividad y veracidad informativa. Fomentar condiciones de apertura informativa en los medios privados y públicos;
- 2.5 Prevenir las desviaciones y excesos de las autoridades o de los medios y exigir, a través de los cauces establecidos, que los abusos sean corregidos;
- 2.6 Ejercer en beneficio de la sociedad, el derecho a la información, solicitando la información necesaria a instituciones públicas y privadas (CNRT, CNCS, SCT, ombudsmen internos, etc.);
- 2.7 Defender el respeto de los derechos humanos en el ámbito de la comunicación social, incluido el derecho de réplica en los medios electrónicos;
- 2.8 Coadyuvar con la CNCS y las autoridades judiciales en la solución de conflictos generados en el ramo;
- 2.9 Presentar un informe periódico de sus actividades, a las autoridades y a la sociedad en general;

i) Asignar nuevas funciones a las Secretarías de Estado relacionadas con la actividad radiodifusora.

Para contar con una distribución de funciones más acorde a la naturaleza de cada dependencia, se propone el siguiente esquema funcional básico:

1. Secretaría de Comunicaciones y Transportes

- 1.1 Asignar la frecuencia respectiva a las estaciones de radio y televisión a las que la CNCS, otorgue concesión o permiso;
- 1.2 Autorizar y vigilar desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios;
- 1.3 Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras;
- 1.4 Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones.

2. Secretaría de Gobernación

- 2.1 Determinar, previa consulta a la CNCS, el tiempo total de pantalla, que deberá dedicar la televisión abierta en red nacional, a programas mexicanos;
- 2.2 Participar en el proceso de autorización para la transmisión de series, películas y programas en general, extranjeros;
- 2.3 Participar en la planeación y desarrollo de la televisión rural;
- 2.4 Colaborar con la Comisión Federal Electoral, en lo relacionado al acceso a la radio y televisión de los partidos políticos, según lo dispuesto por la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, sus disposiciones reglamentarias y demás normas aplicables;

- 2.5 Realizar los estudios, monitoreos e investigaciones necesarios para conocer oportunamente los posibles efectos de las transmisiones de radio y televisión sobre las actividades gubernamentales nacionales y extranjeras;
- 2.6 Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de la ley;

3. Secretaría de Educación Pública

- 3.1 Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la TV;
- 3.2 Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- 3.3 Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- 3.4 Comunicar oportunamente a los organismos competentes y cadenas televisivas, las necesidades de educación popular del país;
- 3.5 Coordinar las actividades de un canal especial de la SEP, de corte exclusivamente educativo y complementario a los programas y planes del sistema educativo²⁹², en el que se desarrolle también, un programa de "escuelas para padres".

²⁹² Que contemple programas aplicables en caso de suspensión de clases en las escuelas, a causa de contingencias atmosféricas, como el caso de las inversiones térmicas tan frecuentes en el D.F., o a causa de paros magisteriales como los ocurridos en los últimos años, que en distintos Estados de la República, produjeron la pérdida de más de 40 días de trabajo escolar.

- 3.6 Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil;
- 3.7 Estipular los principios fundamentales que deben constituir el mínimo normativo referido a la protección de la infancia y la juventud, frente a los contenidos televisivos;
- 3.8 Colaborar con RTC en el proceso de clasificación de programas y asignación de los mismos en las barras horarias;
- 3.9 Desarrollar líneas de investigación en materia de comunicación social, contando con la colaboración de universidades y otros centros académicos y científicos;
- 3.10 Desarrollar programas de Educación para la Recepción Crítica de los mensajes de los medios de comunicación, - *"alfabetización de medios"* -, en los que participen los centros educativos y los propios medios;
- 3.11 Promover concursos universitarios sobre proyectos de *alfabetización de medios* y programas de *servicio social* para estudiantes de las carreras del área de comunicaciones, pedagogía y derecho, que apoyen las necesidades nacionales de la televisión cultural y educativa y en particular, de la televisión rural;
- 3.12 Establecer con carácter obligatorio en la currícula de las licenciaturas de Ciencias de la Comunicación, Periodismo y todas las relacionadas con la comunicación social, la asignatura de Deontología de la Comunicación o Ética informativa.

- 3.13 Extender certificados de aptitud para quienes participen eventual o permanentemente, como locutores o reporteros en las transmisiones de radio y televisión;
- 3.14 Intervenir en el proceso de autorización para la transmisión de series, películas, publicidad y programas en general, nacionales y extranjeros;
- 3.15 Intervenir dentro de la radio y televisión para proteger los derechos de autor;
- 3.16 Informar a la CNCS los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, a fin de que imponga las sanciones correspondientes;

4. Secretaría de Salud

- 4.1 Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas;
- 4.2 Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o curación de enfermedades;
- 4.3 Promover y organizar la orientación social a favor de la salud del pueblo;
- 4.4 Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones.

B) ACRECENTAMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS FRENTE A LA SOCIEDAD

Para alcanzar el punto de equilibrio entre libertad y responsabilidad social de los medios, al mismo tiempo que se garantice la libertad de que deben gozar para realizar eficazmente su función, se ha de incrementar su responsabilidad frente a la sociedad, a través de un mínimo "control de calidad" ejercido desde fuera por las instancias competentes y la misma ciudadanía y desde dentro, mediante procedimientos autorregulatorios que pongan de manifiesto el compromiso social de los medios.

Algunas medidas concretas dirigidas a ese fin, son:

- a) La elaboración y seguimiento del **Proyecto Social** del que se habla en la propuesta de modificación al artículo cinco de la LFRT, con objetivos específicos y medibles.
- b) Los **convenios de autorregulación** para el mejoramiento de los contenidos televisivos, para cuya eficacia se requiere:
 - 1. Que establezcan unos márgenes de calidad en la comunicación, que permitan al público conocer el nivel cualitativo que los medios están obligados a dar;

2. Que incluyan los compromisos del concesionario en lo relativo a la protección de la infancia, la dignidad humana y otros objetivos de su proyecto social;²⁹³
3. Que cuenten con instrumentos de control y retroalimentación accesibles a la opinión pública;
4. Que tanto los convenios como los informes de seguimiento sean públicos (publicados).

Podría seguirse un esquema similar al utilizado por cadenas televisivas de países de la comunidad europea, que mantienen accesible al público, vía Internet, el texto íntegro del convenio, las entidades participantes, los informes periódicos de seguimiento del convenio, las fichas de retroalimentación sobre incidencias positivas y negativas de los programas y anuncios publicitarios, la base de datos de las incidencias y noticias diversas sobre televisión.²⁹⁴

- c) El **código de ética informativa**, que también deberá ser público y contar con instrumentos de control.

Para conseguir en el mundo de la información, una actuación profesional coherente con los principios éticos universales del *quehacer informativo*, entre los

²⁹³ Son alentadoras en este sentido, las experiencias de otros países como España, donde en 1998, el canal Antena 3, por compromiso propio, logró disminuir en un 59.19% con respecto a 1997, la emisión de actos violentos, según declaraciones de la Defensora del Espectador de ese canal. Tales declaraciones fueron avaladas por el estudio *Violencia y ficción televisiva*, elaborado por el Consejo Audiovisual de Cataluña. Esta información puede consultarse en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://elpublico.com/1998/12/19/television/19NO150.html>

²⁹⁴ Pueden consultarse estos datos, en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.pntic.mec.es/tv-mav/convenio/convenio.htm>

que la veracidad y el respeto a la intimidad, aparecen como principios rectores y el tratamiento de la violencia, como un aspecto ineludible de abordar,²⁹⁵ conviene lograr el consenso de las asociaciones de periodistas, comunicólogos y agencias noticiosas para elaborar un código ético que oriente la recta actuación periodística.

Con relación a las agencias noticiosas, surge la necesidad de establecer pautas de conducta basadas en la idea de que la información internacional es un "*social good*" y no una mercancía. Se debe reconocer que no es ético realizar una selección arbitraria de noticias y una evaluación tendenciosa de la realidad, para apoyar los intereses de los países a los que pertenecen las agencias de noticias.

Algunas prácticas comunes en el ámbito informativo de la televisión, que conviene atacar a través del establecimiento voluntario de un código ético, son:

- el tratamiento público de la violencia privada;
- el sensacionalismo informativo;
- la falta de veracidad y objetividad;
- las intromisiones en la intimidad personal;
- el énfasis excesivo sobre acontecimientos que carecen de importancia real;
- la reunión de hechos aislados, que se presentan como elementos de una totalidad que no existe en realidad;

²⁹⁵ Cuyas implicaciones morales fueron comentadas en el Capítulo II, Pags. 123 y 124 de este trabajo.

2. Que incluyan los compromisos del concesionario en lo relativo a la protección de la infancia, la dignidad humana y otros objetivos de su proyecto social;²⁹³
3. Que cuenten con instrumentos de control y retroalimentación accesibles a la opinión pública;
4. Que tanto los convenios como los informes de seguimiento sean públicos (publicados).

Podría seguirse un esquema similar al utilizado por cadenas televisivas de países de la comunidad europea, que mantienen accesible al público, vía Internet, el texto íntegro del convenio, las entidades participantes, los informes periódicos de seguimiento del convenio, las fichas de retroalimentación sobre incidencias positivas y negativas de los programas y anuncios publicitarios, la base de datos de las incidencias y noticias diversas sobre televisión.²⁹⁴

- c) El **código de ética informativa**, que también deberá ser público y contar con instrumentos de control.

Para conseguir en el mundo de la información, una actuación profesional coherente con los principios éticos universales del *quehacer informativo*, entre los

²⁹³ Son alentadoras en este sentido, las experiencias de otros países como España, donde en 1998, el canal Antena 3, por compromiso propio, logró disminuir en un 59.19% con respecto a 1997, la emisión de actos violentos, según declaraciones de la Defensora del Espectador de ese canal. Tales declaraciones fueron avaladas por el estudio *Violencia y ficción televisiva*, elaborado por el Consejo Audiovisual de Cataluña. Esta información puede consultarse en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://elpublico.com/1998/12/19/television/19NQ150.html>

²⁹⁴ Pueden consultarse estos datos, en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.pntic.mec.es/tv-mav/convenio/convenio.htm>

que la veracidad y el respeto a la intimidad, aparecen como principios rectores y el tratamiento de la violencia, como un aspecto ineludible de abordar,²⁹⁵ conviene lograr el consenso de las asociaciones de periodistas, comunicólogos y agencias noticiosas para elaborar un código ético que oriente la recta actuación periodística.

Con relación a las agencias noticiosas, surge la necesidad de establecer pautas de conducta basadas en la idea de que la información internacional es un “*social good*” y no una mercancía. Se debe reconocer que no es ético realizar una selección arbitraria de noticias y una evaluación tendenciosa de la realidad, para apoyar los intereses de los países a los que pertenecen las agencias de noticias.

Algunas prácticas comunes en el ámbito informativo de la televisión, que conviene atacar a través del establecimiento voluntario de un código ético, son:

- el tratamiento público de la violencia privada;
- el sensacionalismo informativo;
- la falta de veracidad y objetividad;
- las intromisiones en la intimidad personal;
- el énfasis excesivo sobre acontecimientos que carecen de importancia real;
- la reunión de hechos aislados, que se presentan como elementos de una totalidad que no existe en realidad;

²⁹⁵ Cuyas implicaciones morales fueron comentadas en el Capítulo II, Pags. 123 y 124 de este trabajo.

- e) El establecimiento del **derecho de réplica**, en los medios electrónicos de comunicación masiva y de un **régimen de responsabilidad civil y penal** para los profesionales de la comunicación social.

- f) La implementación de instrumentos que hagan posible el **feedback televisivo**.

La existencia del ombudsman, como sistema autorregulatorio, refuerza el uso de otros mecanismos para hacer llegar las opiniones, sugerencias, quejas, peticiones, etc., con la confianza de que serán atendidas.

Pueden implementarse mecanismos de feedback, a través de internet:

- Reportes sobre las incidencias de los programas televisivos e incidencias publicitarias, montadas en internet.

- Los datos que deben contener las fichas de reporte de incidencias, son:
 - correo electrónico o algún otro dato identificativo del que envía el reporte
 - Canal
 - Nombre del Programa
 - Horario de transmisión
 - Fecha
 - Relación de incidencias positivas y negativas, para señalamiento de las correspondientes a cada caso
 - Espacio para texto explicativo

- Posible desglose de incidencias positivas y negativas a incluir en el formato:

INCIDENCIA NEGATIVA	INCIDENCIA POSITIVA
<ul style="list-style-type: none"> □ Falta de respeto hacia la dignidad de la persona. □ Comportamientos o actitudes de intolerancia o discriminatorias. □ Actitudes insolidarias □ Mensajes que perjudiquen los valores de la paz □ Exaltación de la violencia □ Presencia de actitudes sexistas o atentatorias contra la dignidad de la mujer □ Aparición de actitudes antidemocráticas □ Actitudes negativas respecto a la conservación del entorno físico o el medio ambiente. □ Referentes negativos para la salud y la higiene de las personas. □ Situaciones de contenidos sexuales que afecten seriamente la sensibilidad infantil. □ Usos del lenguaje manifiestamente incorrectos. 	<ul style="list-style-type: none"> □ Fomento de la dignidad de la persona □ Promoción de la tolerancia y el respeto mutuo □ Profundización en los valores solidarios □ Promoción de la paz y la no violencia □ Fomento de actitudes democráticas □ Compromiso en la defensa del medio ambiente □ Fomento de actitudes antisexistas □ Promoción de hábitos o actitudes saludables □ Formación sexual □ Contribución a una adecuada formación cultural □ Enriquecimiento del lenguaje verbal

- g) El reconocimiento de ciertas **obligaciones informativas** de la televisión hacia el público:

1. Informar sobre los contenidos de los programas que transmite, a través de pictogramas que permitan al público conocer "los ingredientes" del producto que consumirá o está consumiendo.
 2. Informar sobre el funcionamiento de la televisión y los efectos de sus mensajes: *"que los medios hablen sobre los medios"*: advertir sobre posibles efectos de los contenidos, - vgr. de la violencia -, transmitir cápsulas informativas para el desarrollo de la capacidad crítica frente a los mensajes televisivos – *educación para la recepción* -, etc.
 3. Informar sobre los compromisos autorregulatorios de las televisoras y sobre los derechos de los telespectadores en general.
- h) Aplicación de una **"hipoteca social"** sobre la televisión comercial en beneficio de la comunidad.

Tomando en cuenta que los concesionarios hacen uso de un bien propiedad de la nación, los problemas que trae consigo la concentración monopolística del poder de informar y las exigencias derivadas de la función social de la televisión, se propone destinar un determinado tiempo de transmisión, libre de cargos, para uso de la sociedad civil, propiciando de esa manera la **participación ciudadana**, para una libre manifestación de las ideas en torno al quehacer político y a las diversas expresiones

culturales y sociales, que hagan efectivo el derecho a la información consagrado en la Constitución Política como garantía individual.

C) PROMOCIÓN DE UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA, POR PARTE DE LOS TELESPECTADORES

Desantes Guanter, habla de la crítica como servicio de la información. El juicio y la comunicación de juicios son menesteres arraigadamente humanos. La trascendencia del juicio una vez comunicado, es enorme. Puede producir adhesión o rechazo, puede suscitar otros juicios y llegar a convertirse de opinión individual – ya participada –, en opinión pública. De ahí que los teleespectadores, no deban continuar con una actitud pasiva, de queja inútil, que en nada ayuda a la mejora de los contenidos televisivos, para adoptar en cambio, una postura crítica, exigente y participativa, frente a la televisión.

Invocando a Beneyto, se puede afirmar, que en el momento actual de la televisión nacional, “lo importante es despertar el espíritu crítico, convertir al simple espectador en público, transformar al conformista en hombre alertado, tarea, sin duda, tan decisiva como difícil.”²⁹⁷

Caminos andables en nuestro país, para conseguirlo:

²⁹⁷ Citado por DESANTES GUANTER; Op. Cit. Pag. 297

- a) Promoción de **agrupaciones de telespectadores** y reconocimiento de sus derechos, lo cual se verá reforzado por la participación de representantes de asociaciones civiles en el CNRT, como se propuso más arriba. La organización de diversos sectores de la teleaudiencia, necesariamente fortalecerá los procesos de participación activa de los ciudadanos, permitiendo acumular una energía social de contrapeso al poder televisivo y propiciando una interacción más inteligente y participativa entre televidentes y T.V.
- b) Estímulo para la **participación de instituciones universitarias y científicas** de diversa índole, en el diseño y desarrollo de proyectos para la mejora de la comunicación social en el país.
- c) Desarrollo de programas de **educación para la recepción crítica** de los mensajes de los medios de comunicación o *alfabetización de medios*, mencionados anteriormente, en las propuestas de funciones de la Secretaría de Educación Pública y de obligaciones informativas de la televisión.
- d) Apertura de **espacios de participación ciudadana**, en la televisión estatal y privada. En esta última, por un lado, a través del mejor aprovechamiento de los tiempos oficiales y fiscales y por otro, a cargo del propio medio, como parte de la citada "hipoteca social" de la televisión comercial. Por su parte, la televisión cultural y educativa, deberá fomentar foros de opinión sobre diversos temas de interés general, para el análisis de problemas nacionales y para la difusión de distintas expresiones culturales.

- e) Sistemas eficaces para un **feedback** que permitan a los telespectadores dar seguimiento a los pactos autorregulatorios y hacer sus observaciones en cualquier sentido.
- f) Institucionalización de la figura del **ombudsman** y otras instancias (como el CNRT) que aseguren un cauce de comunicación de los televidentes con el medio.

D) MEJORA DE LOS SISTEMAS DE PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y DE LA DIGNIDAD DE LA PERSONA, FRENTE A LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y OTROS CONTENIDOS EQUIPARABLES.

Corresponde al Estado, a los medios y a la sociedad civil, conseguir el cabal cumplimiento de la función social de la televisión y su mejoramiento integral. Un aspecto necesario para conseguirlo hace relación a la protección de la dignidad humana, de la infancia y la juventud, frente a contenidos nocivos como la violencia, objetivo en el que los tres sectores deberán colaborar activamente, dentro del marco legal y autorregulatorio que se está proponiendo.

a) Regulación de los contenidos

Las palabras del Secretario de Educación Pública, Miguel Limón Rojas, pronunciadas en el simposium "*Libertad de expresión y responsabilidad social*" organizado en 1998 por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión

(CNIIRT), son ilustrativas en este tema: "Una mayor regulación estatal de los medios de comunicación social, podría acercarse a los oscuros límites de la censura, siempre costosa e ineficaz a largo plazo; pero sin regulación, los medios tendrían capacidad de ignorar su responsabilidad con la sociedad y proferir también, a la larga, daños difíciles de reparar."

Haciendo propia la tesis de López Quintás en torno a la censura como promotora de la libertad para la creatividad,²⁹⁸ al considerarla como un control de calidad ejercido sobre un tipo de alimento del espíritu humano, puede afirmarse que es necesario y compatible con un ejercicio recto de la libertad de expresión, disponer de mecanismos de control sobre los contenidos de los mensajes televisivos; por esa razón se propuso en su momento, que determinadas instancias tuvieran esa función y que la opinión pública pueda participar en la aplicación de esa censura.

Es innegable la necesidad de regulación de los contenidos televisivos y el establecimiento de sistemas de control efectivos para garantizar la protección de la infancia y la juventud, el respeto de la dignidad humana y la defensa de la cultura e interés de los consumidores.²⁹⁹ La legislación mexicana refleja esa

²⁹⁸ Cfr. Cap. II, Pag. 138 a 142, de este trabajo.

²⁹⁹ Con relación a esto, el director de OFTEL, autoridad independiente Británica en materia de telecomunicaciones, destaca que el interés de los consumidores tiende a quedar desprotegido, ya que aunque una determinada política les afecte notablemente, es difícil que un consumidor pueda hacer llegar al legislador su punto de vista. Así, frente a los intereses de la industria, que son expuestos con claridad y fuertemente defendidos por las empresas implicadas, los intereses de los consumidores, aparecen como difusos. Cfr. PÉREZ GÓMEZ, Alberto; 1998; "Convergencia y televisión: retos del legislador"; Revista Latina de Comunicación Social; Número 4; abril de 1998; La Laguna (Tenerife); en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/rab8alcala.htm>

inquietud, pero hacen falta mecanismos adecuados para conseguirlo, uno de ellos, podrían ser los sistemas autorregulatorios de los medios - con sus respectivos instrumentos de control y seguimiento -, que no implican la desaparición de las leyes, sino que las presuponen y requieren de ellas como marco fundamental de referencia.

Para que las leyes existentes, destinadas a la protección de la dignidad humana, la infancia y la juventud, frente a los contenidos de los medios, sean eficaces, se requiere atender los siguientes aspectos:

1. Que esas leyes, que constituyen el **marco legal para la autorregulación** de los medios, establezcan con claridad:
 - 1.1 El concepto de violencia televisiva y las características contextuales que representen algún riesgo para los distintos tipos de auditorio,
 - 1.2 Los objetivos mínimos que las emisoras deben cubrir con respecto a la protección de los menores y de la dignidad de la persona,³⁰⁰
 - 1.3 Los procedimientos de evaluación, a intervalos regulares, de la calidad de los contenidos y apego a las normas establecidas,
 - 1.4 Las instancias, a las que puedan dirigirse aquellos que vean conculcados sus derechos, por los contenidos de los servicios televisivos.

³⁰⁰ Aplicación de sistemas informativos sobre los contenidos de la programación, respeto de las barras horarias establecidas para la asignación de programas y publicidad, respeto de la moral, el orden público y los derechos de terceros en el ejercicio de la libertad de expresión...

2. Que la **televisión restringida** no quede al margen de esos compromisos;
3. Que se desarrollen **sistemas eficaces de clasificación y filtrado** de programas;
4. Que exista una **colaboración internacional** para sancionar incumplimientos de las normas desde fuera de las fronteras de un determinado estado.

Ahora bien, las leyes no sólo deben tender a proteger el interés de los consumidores, sino también prever que éstos, a través de organizaciones representativas, sean consultados antes de adoptar nuevas normas, y también que participen en el proceso de control del cumplimiento de las mismas.

Para cumplir esta segunda función, debe otorgarse a dichas organizaciones la capacidad de presentar denuncias ante los supuestos de incumplimiento y la capacidad de ser parte en los procedimientos que tengan lugar. Este papel de los consumidores, denunciando los supuestos de incumplimiento de la normativa sobre contenidos televisivos, puede tener gran relevancia en un entorno mediático caracterizado por la gran cantidad de canales existentes, que la autoridad competente es incapaz de controlar directamente.

En cuanto al sistema de clasificación de programas y películas, se propone modificar el sistema actual, que se divide en seis niveles, de acuerdo a la edad del receptor, grado de violencia, referencias sexuales, temática y lenguaje utilizado:

- AA de 1 a 7 años
- A de 8 a 11 años
- B de 12 a 14 años
- B2 de 15 a 17 años
- C a partir de los 18 años
- D adultos de amplio criterio

Se propone pues, establecer una forma de clasificación más explícita para el usuario, que indique los *componentes del programa*, de manera que los televidentes puedan seleccionar libre y responsablemente lo que quieren ver y lo que no quieren ver. Se trata de una de las obligaciones informativas de los medios, equiparable a lo que ocurre con los productos alimenticios que especifican en el empaque lo que contienen, de manera que si alguna persona no tolera cierto componente, tenga la opción de no consumir ese producto.

Se propone también que el material publicitario sea objeto de una clasificación previa que permita su adecuada inserción en las barras horarias señaladas en el artículo 23 del RLFRT.

Las nuevas funciones del CNRT, los cauces de participación ciudadana y los diversos sistemas autorregulatorios propuestos, facilitarán el cumplimiento del mínimo normativo a que se hace mención en este apartado.

b) Autorregulación para el mejoramiento de los contenidos

Cuando se habla de la influencia y el poder social que los medios tienen actualmente y de los riesgos que ciertos contenidos televisivos implican, el consenso general apela a la autorregulación. Los principales mecanismos que se proponen para su funcionamiento, son los convenios de autorregulación para la mejora de calidad en los contenidos, los códigos de ética informativa y los ombudsmen internos al medio.

Las cadenas de televisión, en el libre ejercicio de su responsabilidad, y en el contexto de las estrategias de la programación de cada una de ellas, asumirán compromisos concretos, que den vida a los principios mínimos establecidos por la ley en materia de protección de la infancia y la dignidad humana frente a la violencia televisiva y otros contenidos nocivos.

Se propone concretamente el establecimiento de un convenio para la autorregulación de las cadenas de televisión, suscrito por las respectivas cadenas televisivas o estaciones independientes y la Secretaría de Educación Pública, que contemple, entre otras, disposiciones tendientes a lograr:

1. Evitar la difusión de mensajes o imágenes susceptibles de afectar perjudicialmente los valores de protección a la infancia y la juventud, en especial con relación a:

- 1.1 La violencia gratuita ofensiva hacia las personas, o que contenga crueldad traumatizante para el público infantil o juvenil.
- 1.2 Las escenas de explícito contenido sexual, carentes de valor educativo y estético, que sean capaces de afectar seriamente la sensibilidad de niños y jóvenes.
- 1.3 La discriminación por cualquier motivo y mensajes atentatorios para la dignidad de las personas o que impliquen discriminación o desprecio hacia ellas, en razón de su color, raza, sexo, religión o ideología.
- 1.4 La violencia, la discriminación o cualquier expresión contraria a la dignidad humana, presentadas como merecedoras de imitación.
- 1.5 El consumo de productos perniciosos para la salud, a cuyo fin se evitará la incitación al consumo de cualquier tipo de drogas.

2. Respetar los horarios y criterios de clasificación establecidos para la inserción de programas y cortes publicitarios, dirigidos a la audiencia infantil.

3. Excluir el lenguaje innecesariamente soez, así como el empleo deliberadamente incorrecto de la lengua.

4. Contribuir positivamente al desarrollo integral de la niñez y juventud.

c) Iniciativas de sensibilización.

Si la televisión asume el compromiso de informar adecuadamente a la televidencia, estaría a través de esa acción informadora, sensibilizando al público y sensibilizándose a ella misma, frente a los riesgos que entraña la transmisión de contenidos nocivos como la violencia. De esta manera, más probablemente disminuiría su transmisión en la pantalla, se contrarrestarían sus efectos negativos, y se estaría favoreciendo la participación activa del público.

Para esa labor de sensibilización, se proponen algunas iniciativas:

1. Transmitir cápsulas informativas procedentes de diversas fuentes, sobre educación para la recepción crítica, investigaciones científicas sobre el funcionamiento de la comunicación social y sus medios, advertencias sobre posibles efectos de determinados contenidos como la violencia, etc.
2. Informar periódicamente los objetivos que se tengan para la mejora de calidad de los contenidos televisivos y logros alcanzados.

3. Advertir al público, no sólo sobre los contenidos violentos de la programación, sino también sobre sus posibles efectos.³⁰¹

d) Soluciones técnicas

Ante la existencia de nuevos dispositivos y sistemas técnicos avanzados, como las guías electrónicas de programación que emiten información vinculada a escalas de valoración voluntarias, posibilidades de control mediante decodificadores digitales y sistemas de autorización PIN, *-Personal Identification Number-*, para sistemas VOD *-video a la carta-*, se prevén a futuro muchas formas para que los usuarios, puedan elegir y decidir lo que quieran ver en la televisión.

Llegará el momento en que los televidentes podrán seleccionar y autoprogramar los contenidos que deseen en el horario que quieran, intervenir directamente en los programas, recuperar programas ya emitidos, etc. El profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Javier Pérez de Silva, augura que "a la televisión actual le quedan menos de diez años de vida" y que a partir de entonces, el acceso a las noticias y a los distintos programas, se hará bajo demanda *on line*.

³⁰¹ De forma similar a la utilizada en los anuncios de productos que pueden ser nocivos para la salud.

Por lo pronto – y en México, probablemente durante más de diez años -, es imprescindible sistematizar el uso de pictogramas u otros recursos de información sobre los contenidos televisivos para la televisión tradicional, al mismo tiempo que se va realizando la integración progresiva de la tecnología necesaria para la introducción de la televisión digital, con sus propios sistemas informativos de advertencia y la adaptación de dispositivos como el v-chip, que permita al público eliminar los contenidos indeseados en su televisor.

Finalmente, se quiere subrayar el hecho de que los avances tecnológicos que ofrecen esa posibilidad de selección y control de contenidos, será una solución insuficiente para lograr una televisión de calidad que contribuya eficazmente al mejoramiento de las formas de convivencia humana, si no se reconoce en el quehacer cotidiano de la televisión, que la libertad de expresión no es absoluta y que está vinculada a normas éticas que la validan, la hacen crecer y generar productos de mayor calidad y originalidad humanas. Sólo de esa manera, se conseguirá eliminar o disminuir convenientemente los riesgos que entraña la emisión de contenidos nocivos como la violencia.

De igual manera que en un ambiente de violencia social, resultaría insuficiente proteger la vida mediante chalecos antibalas y automóviles blindados, y se buscaría construir el clima de paz necesario para la convivencia humana, en el mundo de la comunicación social, tampoco es suficiente con tener la posibilidad técnica de protección personal frente a las agresiones de los medios de comunicación, sino que se ha de buscar que éstos, cumplan su función social y

contribuyan positivamente al desarrollo de la persona y las comunidades humanas.

Se concluye así con palabras de S.S. Paulo VI, *“no hay bastante con promover la técnica, para que la tierra pueda ser habitada de una forma más humana”*

CONCLUSIONES

Las propuestas de mejora desarrolladas en el capítulo final de esta tesis, representan las conclusiones prácticas a las que condujo la investigación realizada. Sin embargo, pueden destacarse aquí, algunas ideas:

- I. La hipótesis principal que subyace en el desarrollo de esta tesis, - y es de desear que se haya manifestado -, consiste en tres afirmaciones:
 - A. El fenómeno genérico de la violencia televisiva daña significativamente la eticidad y por tanto la calidad, de la actividad televisiva,
 - B. La libertad de expresión no es un derecho absoluto, por el contrario, tiene límites en su ejercicio, que implican sin embargo, una dimensión creativa y enriquecedora de la propia libertad,
 - C. Una programación televisiva con calidad ética, es plenamente compatible con el espíritu de la televisión privada.

Por tanto, la violencia televisiva es un recurso del que se ha abusado, que exige un tratamiento ético en la programación noticiosa, que requiere de una

II

mayor atención en cuanto a las formas y contextos de su presentación en la programación general, para evitar posibles efectos nocivos en el público y del que es posible prescindir en gran parte de los programas, sin afectar por ello la rentabilidad económica de la industria televisiva.

- II. La regulación existente y las leyes del mercado, han demostrado su incapacidad para regular de forma efectiva, la actividad pública de la televisión. Es imprescindible por tanto, el crecimiento de los medios en su responsabilidad social y el de la sociedad civil, para lograr una participación más activa y exigente, por parte de la ciudadanía. Al mismo tiempo, se requiere la actualización de las leyes vigentes en la materia para conseguir, fundamentalmente, fortalecer la función social de la televisión e incrementar las posibilidades de su cumplimiento.

La función social de la televisión, es inherente al medio mismo, por lo que se ha de desarrollar, independientemente del sector - público o privado -, que sea propietario del medio en cuestión. Por tanto, de acuerdo con espíritu de la televisión privada, ésta ha de buscar tanto la rentabilidad económica de la televisión, como su rentabilidad social.

- III. En el contexto de la legislación mexicana sobre medios electrónicos de comunicación, es esencial realizar las reformas necesarias para garantizar:

- A. La protección de grupos especialmente vulnerables, como los niños, frente a los mensajes de los medios de comunicación.
 - B. El acceso a los medios por parte de la sociedad civil.
 - C. El ejercicio de la libertad de expresión, evitando situaciones propiciadas por la ley, que permitan la existencia de pactos implícitos entre el gobierno y los medios. Esto supone una reforma de fondo al sistema actual de concesiones.
 - D. La compatibilidad del ejercicio de la libertad de expresión, con el respeto a derechos de terceros, la moral y el orden públicos, mediante diversos instrumentos autorregulatorios, estableciendo un estatuto específico de responsabilidad civil y penal aplicable en materia de información, introduciendo el derecho de réplica en los medios electrónicos, creando los organismos necesarios, estableciendo las medidas prácticas convenientes para protección de la dignidad humana y los menores, etc.
- IV. El Estado tiene, adicionalmente a las reformas legislativas sugeridas dos vías prometedoras para reforzar el cumplimiento de la función social de la televisión:
- A. Brindar él mismo ese servicio.

- B. Apoyar a la televisión privada con incentivos fiscales e incluso subvenciones, en determinados casos.
- V. Para combatir el problema de la violencia televisiva, y la baja calidad de los contenidos en general, pueden lograrse mejores resultados, fomentando otro tipo de programas e incentivando al cumplimiento de la función social de la televisión, que por la vía restrictiva. Las alianzas que puedan lograrse en este sentido con comerciantes y publicistas, son de gran importancia dado el carácter comercial de la televisión y la necesidad de su viabilidad económica.

i

**LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN
EN MÉXICO**

BIBLIOGRAFÍA

I. Libros

1. **ACOSTA ROMERO, Miguel;** Teoría General del Derecho Administrativo; Ed. Porrúa, S.A. , 11ª edición, México, 1993
2. **ALVEAR ACEVEDO, Carlos;** Informar, comunicar y servir; Ed. Minos; México; 1990.
3. **ANDRADE SÁNCHEZ, Eduardo;** Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada; Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, 1985.
4. **ARANGUREN, José Luis;** La comunicación humana; Ed. Tecnos, Madrid, España, 1986.
5. **ARISTÓTELES,** Retórica, Trad. Antonio Tovar, IEP, Madrid, España, 1971
6. **BARNOUW, Erik;** Tube of penty. The evolution of american television; Oxford University Press; E.U.; 1990.
7. **BARROSO ASENJO, Porfirio;** Límites constitucionales al derecho a la información; Ed. MITRE, Barcelona, España, 1984.
8. **BEUCHOT PUENTE, Mauricio, O.P.;** Los derechos humanos y su fundamentación filosófica; C.F.C., Universidad Iberoamericana/ ITESO, México, 1997.
9. **BEUCHOT, Mauricio;** Posmodernidad, hermenéutica y analogía; Miguel Angel Porrúa, Grupo Editorial/ Universidad Intercontinental; México, 1996.
10. **BERRUECO GARCÍA, Adriana;** La reforma constitucional y la ley federal de telecomunicaciones de 1995; en El uso y la práctica de la Ley en México, Coord. CASTAÑEDA SABIDO, Fernando/ CUÉLLAR VÁZQUEZ, Angélica; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Ed. Porrúa/UNAM; México, 1997.
11. **BURGELIN, Olivier;** La comunicación de masas; Ediciones Planeta y A.T.E., Barcelona, España, 1974.

12. **BURGOA ORIHUELA, Ignacio;** Las garantías individuales; Ed. Porrúa, México, 1989.
13. **CARREÑO CARLÓN, José/ VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto;** Temas fundamentales de derecho de la información en iberoamérica; Fragua Editorial/UIA; editado en España, impreso en México, 1998.
14. **CREMOUX, Raúl;** La Legislación Mexicana en Radio y Televisión; Colección ensayos, UAM, México, 1982
15. **DE AQUINO, Tomás;** Summa Theologica; I-II; Ed. BAC; Madrid, España; 1952.
16. **DE FLEUR, Melvin L/ BALL-ROKEACH, Sandra J.;** Teorías de la comunicación de masas; Trad. Juan Soler Chic; 5ª edición, Ed. Paidós; México, 1997.
17. **DE GOYTISOLO, Juan Vallet;** Sociedad de masas y derecho; Taurus ediciones, S.A., Madrid, España, 1969.
18. **DERIEUX, Emmanuel;** Cuestiones ético jurídicas de la información; Trad. Carlos Soria, EUNSA, Pamplona, España, 1983.
19. **DESANTES GUANTER, José María;** La función de informar; EUNSA, España, 1976.
20. **Diccionario Jurídico Mexicano.** UNAM - Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tomo I y IV; Editorial Porrúa, S.A., 5ª edición, México, 1992
21. **EMERY, Edwing;** Las comunicaciones en el mundo actual; Trad. Margarita Álvarez Franco, Ediciones Norma, Colombia, 1967.
22. **ESTEINOU MADRID, Javier;** Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana; FMB-PCF, México, 1989.
23. **FERNÁNDEZ AREAL, Manuel;** Introducción al derecho de la información; Ed. A.T.E., Barcelona, España, 1977.
24. **FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima;** Los medios de difusión masiva en México; 11ª edición, Juan Pablos editor, México, 1996.
25. **FERRER RODRÍGUEZ, Eulalio;** Información y comunicación; F.C.E., México, 1998.

26. GARCÍA DE ENTERRÍA, E.; E. LINDE; L.I. ORTEGA y M. SÁNCHEZ MORÓN; El sistema europeo de protección de los derechos humanos, 2ª edición; Ed. Civitas, S.A
27. GARCÍA RAMÍREZ, Sergio, (Coordinador); Los valores en el derecho mexicano. Una aproximación; F.C.E./UNAM; México, 1997.
28. GARCÍA SILBERMAN, Sarah/ RAMOS LIRA, Luciana; Medios de comunicación y violencia; F.C.E, México, 1998.
29. GONZÁLEZ ALONSO, Carlos; Principios básicos de comunicación; 2ª edición, Ed. Trillas, México, 1990.
30. HERVADA, Javier; Introducción crítica al derecho natural; 1ª edición mexicana, Editora de Revistas, S.A. de C.V., México, 1985.
31. HYBELS, Sandra/ WEAVER, Richard L.; La comunicación; Trad. José Manuel Balaguer; 2ª edición, Logos Consorcio Editorial, S.A.; México, 1978.
32. IMBERT, Gérard; Los escenarios de la violencia. Conductas anómicas y orden social en la España actual; ICARIA, Editorial, S.A.; Barcelona, España; 1992.
33. KAPLAN, Marcos; Estado y sociedad; 2ª. Edición; UNAM, México, 1980.
34. LÓPEZ AYLLÓN, Sergio; Derecho de la información; UNAM/McGraw-Hill, Colección Panorama de derecho mexicano, México, 1997.
35. LÓPEZ AYLLÓN, Sergio; El derecho de la información como derecho fundamental; ponencia recogida en El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México; Tomo I, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados; Coord. SOLÍS LEREE, Beatriz; México, 1998.
36. LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; Análisis del "nuevo orden" internacional de la información; Ediciones universidad de navarra, S.A.; Pamplona, España, 1978.
37. LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso; El secuestro del lenguaje. Tácticas de manipulación del hombre; Asociación para el progreso de las Ciencias Humanas; Madrid, España; 1987
38. McQUAIL, Denis/ WINDAHL, Sven; Modelos para el estudio de la comunicación colectiva; Trad. Esteban López Escobar y Alban d'Entremont; 2ª edición, EUNSA, Pamplona, España, 1989.
39. MAC BRIDE, Sean; Un solo mundo, voces múltiples; Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación, UNESCO-F.C.E., México, 1980

40. **OROZCO GÓMEZ, Guillermo;** Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio; Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, no. 2, Universidad Iberoamericana, México, 1991
41. **OROZCO GÓMEZ, Guillermo;** Televisión y Audiencias, un enfoque cualitativo; Ediciones de la Torre; UIA; Madrid, España; 1996
42. **PEREDO, Roberto;** Introducción al estudio de la comunicación; Ed. Comunicación; México, 1986
43. **PÉREZ ESPINO, Efraín;** Los motivos de Televisa; Cuadernos de Investigación No. 22, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; México, 1991.
44. **PORRÚA PÉREZ, Francisco;** Teoría del Estado; Ed. Porrúa, S.A.; 6ª. Edición, México, 1971
45. **PHILIP KOTLER EDUARDO/ L. ROBERTO;** Marketing social, Trad. Ignacio Ma. Martínez Oñate; Madrid, España; Ediciones Díaz de Santos, S.A., 1991
46. **PINTO MAZAL, Jorge;** Régimen legal de los medios de comunicación colectiva; Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México, 1977.
47. **REBEIL CORELLA, María Antonleta;** Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio; Ed. Trillas, México, 1989
48. **RIVAROLA, José María;** Reflexión sobre la violencia; UNESCO; Ed. Arandura; Asunción, Paraguay; 2ª. Edición; 1993.
49. **RODRÍGUEZ MANZANERA, Luis;** Criminología; 6ª edición, Ed. Porrúa, México, 1989
50. **RODA SALINAS, Fernando Jesús/ BELTRÁN DE TENA, Rosario;** Información y comunicación. Los medios y su aplicación didáctica, Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México, 1992
51. **SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel,** coordinador, Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana, Coedición: Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación, México, 1998
52. **SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo,** editor; El mundo de la violencia; Fondo de Cultura Económica; UNAM; México, 1998
53. **SANMARTÍN, José/ GRISOLÍA, James S/ GRISOLÍA, Santiago;** Violencia, Televisión y Cine; Ed. Ariel, S.A., Barcelona España, 1998
54. **SARTORI, Giovanni;** Homo videns; Trad. Ana Díaz Soler; Ed. Taurus, Madrid, España, 1998

55. **SCHRAMM, Wilbur;** La ciencia de la comunicación humana; Trad. Rogelio Carvajal, Ed. Grijalbo, S.A. de C.V., México, 1996.
56. **SORIA, Carlos;** Prensa, paz, violencia y terrorismo; EUNSA, Pamplona, España, 1987.
57. **STEINFATT, Thomas M.;** Comunicación humana. Una introducción interpersonal; Editorial Diana, México, 1983.
58. **TOCAVÉN GARCÍA, Roberto;** Elementos de criminología infante – juvenil; Ed. Porrúa; México, 1991
59. **TOUSSAINT, Florence;** Crítica de la Información de masas. EDICOL, S.A., México, 1975
60. **TOUSSAINT, Florence,** Televisión sin fronteras, Siglo XXI editores, 1998, México
61. **TOUSSAINT ALCARAZ, Florence, coordinadora,** ¿Televisión Pública en México?; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993.
62. **TREJO DELARBRE, Raúl;** De la crítica a la ética. Medios y sociedad. El nuevo contrato público; Universidad de Guadalajara, Colección: textos de comunicación y sociedad, Serie: Cuadernos; México, 1995.
63. **VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto;** El derecho de la información como práctica docente; ponencia recogida en El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México; Tomo II, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados; Coord. SOLÍS LEREE, Beatriz; México, 1998.
64. **VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto;** El sistema jurídico de los medios de comunicación en México; Triana Editores; México, 1995.
65. **WINN, Marie;** La droga que se enchufa; Trad. Jaime Vázquez Vázquez, 2ª. Edición, Ed. Diana, México, 1981
66. **WRIGHT, Charles R.;** Comunicación de masas, una perspectiva sociológica; Trad. R. Ferrairo y R. Malfé; Ed. Paidós, México, 1986.

II. Periódicos, revistas y otras publicaciones

1. **ACEPRENSA**, 92/97, Año XXVIII, envío No. 24, del 25 de junio de 1997; **BETTETINI, Gianfranco.**

2. **ACEPRENSA**, año XXVIII, envío 41, del 19 de noviembre de 1997; “Los canales de T.V. mundiales, walkie-talkie de las elites”; García Avilés, José Alberto.
3. **ACEPRENSA**; año XXX; envío No. 19; del 19 de mayo de 1999; “El siglo se despide sin renovación de programas”; CORTÉS LAHERA, José Ángel.
4. **ACEPRENSA**; Año XXVIII, envío N° 13; del 9 de abril de 1997; “Francia sancionará a las televisiones con pantalla en negro”;
5. **Ética en las Comunicaciones Sociales**; Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales; Roma, Italia; 2000.
6. **Informe sobre Desarrollo Humano, 1998**; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Mundi – Prensa, S.A
7. **L’OSSERVATORE ROMANO**, Juan Pablo II, Mensaje en la XXVIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales, Ciudad del Vaticano, Italia, enero de 1994.
8. **Manual de organización de la dirección general de radio, televisión y cinematografía**, Unidad Administrativa.
9. **PERIÓDICO REFORMA**, “Piden regular concesiones”; AUDIFFRED, Myriam, Sección C, Cultura, 31 de agosto de 1998.
10. **PERSONA Y DERECHO, REVISTA DE FUNDAMENTACIÓN DE LAS INSTITUCIONES JURÍDICAS**, Vol. III; 1976; EUNSA; España; CARRASCO DE PAULA, Ignacio; “Agresividad y violencia. Como se plantea el tema en Psicología”
11. **PERSONA Y DERECHO, REVISTA DE FUNDAMENTACIÓN DE LAS INSTITUCIONES JURÍDICAS**, Vol. V; 1978; EUNSA; España; MENÉNDEZ, José; “El respeto a la verdad como límite a la libertad de expresión”.
12. **RADIOMENSAJE DE NAVIDAD**. PÍO XII, Benignitas et humanitas; 1944.
13. **REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**, de la Universidad de Navarra, Vol. IX, Nos. 1 y 2; Pamplona, España, 1996.
14. **REVISTA IBEROAMERICANA DE DERECHO DE LA INFORMACIÓN**, Año I, Número 1, mayo – agosto de 1998; VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto; “El tratamiento ético de la programación televisiva: el caso de México desde una perspectiva comparativa”

- 15. REVISTA LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL;** Número 4; abril de 1998; La Laguna, Tenerife; Dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/rab8alcala.htm>; PÉREZ GÓMEZ, Alberto; "Convergencia y televisión: retos del legislador";
- 16. REVISTA IBEROAMERICANA DE DERECHO DE LA INFORMACIÓN;** Año I, N° 1, Mayo – Agosto de 1998; CÁRDENAS, Jaime; "Órgano Constitucional Autónomo para los medios de comunicación en México"
- 17. REVISTA DE FUNDAMENTACIÓN DE LAS INSTITUCIONES JURÍDICAS Y DE DERECHOS HUMANOS;** Vol. No. 8, 1981; EUNSA; España. RODRÍGUEZ-ARIAS BUSTAMANTE, Lino; "El derecho natural y sus tendencias actuales"
- 18. REVISTA ISTMO,** N°. 240; enero – febrero de 1999; México; CHÁVEZ, Carlos; "Guerra de televisoras: millones de damnificados."
- 19. SEMANARIO JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN,** 8ª época, Tomo XII, enero de 1991.

III. Legislación consultada

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
2. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales
3. Ley Federal de Radio y Televisión
4. Ley Federal de Telecomunicaciones
5. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
6. Ley de Vías Generales de Comunicación
7. Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión
8. Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos , publicada en el Diario Oficial el 31 de diciembre de 1968.