

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**EL CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN DE LA CÁMARA DE LA  
INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA COYUNTURA  
ACTUAL DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS EN MÉXICO**

**TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN  
ESPECIALIDAD PERIODISMO  
PRESENTA:**

**GUEVARA PRIETO BEATRIZ LILIANA**

**ASESORA: MAESTRA ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA**

**CIUDAD UNIVERSITARIA**

**2005**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

A DIOS:

Gracias por permitirme llegar a este punto de mi vida, también por darme la fortaleza y sobre todo la entereza de vencer distancias y obstáculos para alcanzar este gran punto en mi realización como profesionista. Ayúdame a continuar el camino y sobre todo, ilumíname y llena de mi sendero de sabiduría.

A MIS PADRES:

Gracias por inculcarme el valor de la vida, por enseñarme a conseguir lo que me proponga y sobre todo por darme la oportunidad de desarrollarme y apoyarme en este proyecto de vida. Aunque terminar una carrera implicó nuestra separación física, algunos sinsabores y sacrificios, éste el resultado de nuestro trabajo en conjunto. Espero que se sientan orgullosos de nuestro logro. Gracias por darme la vida y sobre todo por apoyarme para conseguir mis sueños. No hay palabras que puedan expresarles mi enorme gratitud.

A MIS HERMANOS:

Gaby, Alejandrina y Paúl, los amo profundamente. Gracias por ser mis compañeros en este sueño, les agradezco infinitamente su apoyo en todos los sentidos, éste al igual que el de nuestros padres, es también su logro. Gracias por estar conmigo en todos los momentos de mi vida personal y profesional. Incluyo también mi agradecimiento para Alejandro Sandoval y Luis Hernández.

A MI FAMILIA:

Gracias a mis tías María, Eulalia y Guillermina González, de igual forma a Luz María, Sanjuana, María, Josefina, Felisa y Manuel Guevara, ya que sin su apoyo para mis padres y para mí, no hubiera sido posible la culminación de este proceso en mi vida. Gracias por ser solidarios en este camino. Esta investigación y su resultado es una manera de agradecerle todo su apoyo. Gracias por su ayuda al resto de mi familia como Luly, Nacho, Isaac y a todos mis primos, no quiero olvidar ningún nombre, por eso gracias a todos. Y a ti abuela *Chila*, gracias por ser mi ángel guardián desde el cielo.

#### A MIS AMIGOS:

Sandra Castrejón, Karime Gómez, Olivia Vargas, Olga Valenzuela, Silvia González, Valeria Zenzes, Ernestina Ceballos, Ana Laura Maldonado, Ethel de la Rosa, Adela Hernández, Elicelda Morales, Rosalba Coronel, Lupita Castillo, Ana Lilia Galindo, Isis Esquivel, Laura Muñoz, Magdalena Martínez, Esther Romero, Canek López, Humberto Iturbe, Manuel Terán, Pepe Gómez, Juanjo Robledo, Guillermo Cárdenas y Carlos Rangel. Gracias a todos y cada uno de ustedes por convertirse en mi segunda familia y acompañarme en la aventura de vivir en la ciudad de México. No saben lo valioso que ha sido para mí estar con ustedes, ya que me han apoyado en los momentos que más lo necesité. Mi familia y yo les agradecemos estar conmigo. Los quiero mucho a ustedes y sus familias que me han recibido como una más de los suyos.

#### A MI ASESORA Y MIS SINODALES:

Gracias profesora Alma Rosa Alva de la Selva por tenerme paciencia y guiarme a través de esta investigación. Gracias por transmitirme la sabiduría y orientarme en este camino. A los profesores Daniel Bañuelos, Federico del Valle, Leopoldo Gaytán y Pablo Martínez, gracias por tomarse la molestia de considerar mi investigación, agradezco sus comentarios, observaciones y sobre todo, su orientación para este primer gran trabajo de investigación.

#### A LA FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES Y A LA UNAM:

Gracias por permitirme descubrir el inmenso universo de conocimiento que alberga esta máxima casa de estudios, de igual manera agradezco que me hayan abierto sus puertas y me permitieran obtener los conocimientos que sustentan mi carrera profesional. Agradezco especialmente a los profesores Rigoberto López, Rocío White, Guadalupe Ramírez, Alfredo Leal, Jerónimo Hernández, Carlos Molina y Raúl Rojas Soriano. No puedo dejar de lado mi gratitud para todos aquellos catedráticos con los que tuve oportunidad de tomar alguna clase.

Agradezco también a la Cámara de Diputados y al periódico EL UNIVERSAL por darme la oportunidad de poner en práctica mis conocimientos profesionales. Gracias también al doctor José López, María Dolores Villagómez, Lupita Martínez, Micaela Martínez y Rosa Alicia Villafuerte. Gracias a mis compañeros de trabajo por permitirme convivir con ustedes en lo profesional y personal. Hago también patente mi gratitud a todos aquellos que no mencione, pero que de alguna u otra manera me ayudaron a realizar este sueño profesional y de vida.

# EL CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN DE LA CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION EN LA COYUNTURA ACTUAL DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS EN MÉXICO

## Introducción

I.- Antecedentes	1
1.1 Breve historia de la radio y la televisión en México	3
1.2 Breve historia de la formación de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión	51
1.3 Descripción de los concesionarios: de grupo de presión a grupo en el poder	61
1.4 Regulación legislativa de los medios electrónicos	76
II.- Situación actual de los medios electrónicos	96
2.1 Los medios electrónicos del 2000 al 2002	96
2.2 Situación legal actual de los medios de comunicación	119
III.- El discurso de la Autorregulación	129
3.1 ¿Qué es la autorregulación?	133
3.2 ¿De donde viene la autorregulación?	142
3.3 Ética y autorregulación	146
3.4 Deontología y autorregulación	147
3.5 El papel del Estado frente a la autorregulación	150
3.6 La autorregulación en el caso mexicano	152
IV.- El Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)	
4.1 Antecedentes	156
4.2 Instalación formal	162
4.3 Integrantes	170
4.4 Objetivos del Consejo de Autorregulación	173
4.5 Resultados (casos ejemplificados)	179
Conclusiones	181
Anexos	183
Fuentes	221

## INTRODUCCIÓN

En la actual sociedad mexicana, los medios de comunicación se han convertido en el cuarto poder; son los medios quienes señalan qué es lo que está bien y lo que está mal, son los medios los que juzgan y condenan, pero ¿quién o quiénes los juzgan a ellos en sus contenidos, en su conducta y en su actuar?

De acuerdo a la obsoleta Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en 1960, en su artículo 90, contempla la instalación de un Consejo Nacional de Radio y Televisión, que sería el encargado entre otras cosas de elevar el nivel moral, cultural y artístico de los contenidos. Sin embargo, dicho Consejo fue instalado hasta el pasado 7 de noviembre de 2002; es decir, desde su anuncio pasaron muchos años.

Pero ¿cuáles fueron las causas de que hasta entonces se instalara este Consejo?

El 7 de febrero del 2001, el gobierno de Vicente Fox anunció formalmente su pretensión de establecer el citado Consejo, con la intención de cumplir lo dispuesto por la ley con la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión contemplado en los artículos 90 al 92 de la Ley Federal en la materia, sin embargo, los concesionarios respondieron proponiendo el Consejo de Autorregulación, coartando con ello nuevamente el cumplimiento de la Ley.

Este citado Consejo de Autorregulación, instalado en marzo, como respuesta al anuncio del gobierno, podría de alguna manera tener la intención de desplazar lo establecido por la ley, ya que fue propuesto por un sector que podríamos considerar como un grupo de presión: los concesionarios de los medios electrónicos.

Los empresarios de la industria de los medios tratan de proponer la autorregulación, como forma de regular los contenidos, pero ésta no es suficiente, no e puede ser juez y parte a la vez. Además la ética nunca sustituirá al derecho pues no es posible actuar de modo ilegal y al mismo tiempo imponerse una sanción a sí mismo, cuando tus actos repercuten en otros. Es necesario modernizar las leyes y proponer, sí un organismo que vigile los contenidos, pero que no sólo tenga como integrantes a concesionarios y gobierno, sino que sea un organismo donde también participen otros actores entre ellos la sociedad civil y de ser posible, este organismo desconcentrarlo del Estado.

Con la instalación de un organismo independiente del gobierno y que cuente con la participación de la sociedad civil y que realmente cumpla las funciones para las cuales fue creado, será posible que en México exista una televisión y radio propositivas y de calidad.



## RESUMEN

El presente trabajo es una investigación descriptiva- analítica, tiene como objetivos hacer una recopilación de la historia de los medios de comunicación mexicana, al tiempo que se desarrollara la historia de los concesionarios de los medios de comunicación electrónicos y la estructura legal que ha ido guardando este proceso de desarrollo de los *mass media* en México.

Lo anterior con el fin de mostrar como los gobiernos han favorecido al desarrollo de políticas en beneficio de los empresarios, además señalar que los cambios hechos a leyes y reglamentos concernientes a la radio y la televisión, siempre tendrán inclinada la balanza hacia el lado de los industriales.

Un claro ejemplo de lo anterior es la instalación del Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) en el momento que se anuncia la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, organismo creado de manera legal para vigilar los contenidos de radio y televisión en México, que sin embargo desde su anuncio pasaron más de 30 años para su instalación formal y del que poco se sabe sobre su actuar.

Los industriales de los medio de comunicación proponen la autorregulación cuando se intenta retomar la parte legal de juzgar contenidos, con lo cual nuevamente se aplazan las disposiciones legales. Finalmente, llegan las modificaciones al reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, y con ello los beneficios a los industriales son completos y ahora de manera legal.

Durante esta investigación se plantean además los hechos que marcan como la estrecha relación entre concesionarios y gobierno, ha permitido a los industriales imponer sus disposiciones y modificar la ley de acuerdo a sus intereses bajo el consentimiento del gobierno.

## ABSTRACT

Durante el primer capítulo abordo la historia de los medios de comunicación electrónicos, donde de manera histórica y con un enfoque político se verá el desarrollo de las relaciones gobierno- concesionarios, en que ambos se han beneficiado mutuamente. También se presentará de manera cronológica el desarrollo legal desde los primeros años de 1900 hasta principios del año 2000.

En el segundo capítulo continúo haciendo un análisis de los acontecimientos relacionados con los medios de comunicación, se da un apartada especial a este lapso, debido a que, en la situación política se presenta una alternancia de poder en México, el antes partido opositor llega al poder, con lo que se presenta una esperanza de regular de manera legal los vacíos y olvidar viejas prácticas. Sin embargo, aún y con el cambio de partidos en el poder, la relación entre industriales y gobierno no sólo se reafirma, sino que se vuelve visible y se consiguen modificaciones de manera legal a favor de los concesionarios.

En el tercer capítulo presento un análisis sobre la citada autorregulación, una postura relativamente nueva, de éxito en alguno otros países, sin embargo también muestro que la autorregulación no significa atender determinados intereses como lo entienden los industriales mexicanos. Presento también el caso mexicano, donde por el desarrollo histórico-político de los medios de comunicación electrónicos la autorregulación no funciona de la manera como la han planteado los teóricos que se dedican a estudiarlas.

En el capítulo cuatro, se presenta el estudio del Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), donde gracias a la entrevistas con funcionarios de la citada cámara, pude comprobar que entre ellos no hay consenso sobre lo que es la autorregulación, además por sus propias palabras comprobé que este es un intento más por ganar *rating* y por tanto beneficios económicos.

Además la renuencia que presentaron los funcionarios para dar información del Consejo me hizo comprobar que, si fue creado en pos de buscar mejorar los contenidos de radio y televisión y elevar el nivel moral cultural y artísticos, ¿por qué la renuencia a presentar información al auditorio? ¿por qué su trabajo no esta expuesto al dominio público, si supuestamente los beneficiados serían ese auditorio al que no e le hace llegar la información?

La parte final son las conclusiones, donde efectivamente pude comprobar las hipótesis planteadas sobre que, el Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) sólo es un intento más de los industriales por obtener beneficios, aún y cuando tengan que establecer pactos con el gobierno y sacrificar los contenidos de radio y televisión en pos de *raiting* y beneficios económicos.

## Capítulo 1. Antecedentes de la radio y la televisión en México

Para poder comprender el tema de esta investigación, es decir el nacimiento y la actividad del Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), es necesario en primer instancia revisar cuál ha sido el desarrollo histórico de los medios de comunicación, y cómo los dueños de éstos, los concesionarios, han estado estrechamente vinculados con los hombres en el poder, quienes por años les han permitido hacer prevalecer su proyecto, de manera libre, e incluso en la mayoría de las ocasiones, por encima de la ley.

Desde el nacimiento de la radio en la década de los 20 y posteriormente la televisión en 1950, los medios electrónicos, se han convertido en punto de atención para comerciantes, concesionarios, publicistas, autoridades, académicos, industriales y sociedad civil en general, puesto que su importancia social y amplio alcance ha provocado que en torno a ellos surjan diversos intereses, principalmente de los concesionarios, aunado al desarrollo que en México ha tenido esta industria, donde las relaciones concesionarios-poder-gobierno han sido tan estrechas.

“Las actuales características, eminentemente comerciales de la radio y la televisión en México, tienen su explicación en la circunstancia que el Estado, se encontraba ocupado en resolver problemas económicos y políticos mucho más importantes, por ello, desatendió a la radiodifusión, o bien que, por no percatarse del potencial político y educativo que de ésta emana, cometió el error de dejarla en manos de los particulares”<sup>1</sup>, señala el investigador Fernando Mejía Barquera, quien con esta breve cita, nos permite entrever que los intereses lucrativos han prevalecido desde el origen de los medios electrónicos.

---

<sup>1</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. Fundación Manuel Buendía p. 17.

Son numerosas las evidencias y ejemplos que nos muestran el porqué de la situación de los medios de comunicación en México, pues ante la complacencia del gobierno creció el poder de los concesionarios, y así lo establece el autor antes mencionado: “Cuando la televisión se estableció en México, a mediados de siglo, el Estado decidió entregarla a la gestión de los intereses privados. Advirtió tardíamente de la enorme fuerza de modelación representada por este medio de difusión colectiva...”<sup>2</sup>

Para comprender mejor la problemática que constituye el tema de este trabajo, es necesario remontarse varios capítulos atrás sobre el origen de dicha industria en nuestro país.

---

<sup>2</sup> Fernando Mejía Barquera. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano. Fundación Manuel Buendía p. 18.

## 1.1 Breve historia de la radio y la televisión en México

Empezaremos este recuento por la historia de la radio, pues aunque ésta supera unos treinta años a la televisión, ambas historias corren de manera paralela. Para empezar, puede decirse que la radio tiene un origen incierto, pues fueron varios y dispersos los hacedores de radio en esa época, por lo que resulta difícil otorgar a alguien el título del "primer radiodifusor de México".

Una de las primeras transmisiones fue en Córdoba: “En agosto de 1921 el general Álvaro Obregón, Presidente de la República, visita el estado de Veracruz, con motivo del centenario de la firma de los Tratados de Córdoba mediante los cuales se oficializó la independencia de México. Durante las fiestas conmemorativas se organizan fiestas populares, desfiles militares y de carros alegóricos, demostraciones de aviación, carreras de autos, funciones de teatro y cine, conciertos y, por primera vez en México, transmisiones radiofónicas”<sup>3</sup>

También en septiembre de 1921, para conmemorar la Declaración de Independencia de México, se instaló en los predios aledaños al sitio en que se construye el "Palacio Legislativo" la Exposición Comercial Internacional del Centenario. El día 27 de ese mes, la Dirección General de Telégrafos instaló un aparato transmisor de radiotelefonía cuyas señales se captaron en algunos sitios de la ciudad como por ejemplo en Chapultepec, donde se localizaba una estación inalámbrica propiedad del gobierno; dirigían este proyecto: Agustín Flores, inspector de Estaciones Radioeléctricas de la Dirección General de Telégrafos, y José D. Valdovinos, trabajador de esa dependencia.

---

<sup>3</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio mexicana*, en [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

Otro evento relacionado con el origen de la radio se registró el 27 de septiembre de 1921, cuando Adolfo Enrique Gómez Fernández pone a funcionar, con la ayuda de su hermano Pedro, un transmisor de 20 watts de potencia. Los Gómez Fernández que contaban con el patrocinio del empresario Pedro Barra Villela para sus experimentos, instalan el equipo, marca De Forest, en la planta baja del Teatro Ideal de la ciudad de México y transmitieron desde ahí un breve programa radiofónico integrado por dos canciones. Colaboran en esa emisión el tenor José Mojica, quien interpreta “Vorrei”, de Paolo Tosti, y la niña María de los Ángeles Gómez Camacho, hija de Adolfo Enrique Gómez Fernández, que entona Tango Negro, de Belisario de Jesús García. “La emisora de los hermanos Gómez Fernández se mantiene en el aire desde el 27 de septiembre de 1921 hasta enero de 1922. En ese lapso trasmite todos los sábados y domingos de las 20 a las 21 horas”<sup>4</sup>. Esta transmisión es reconocida por muchos, como la que dio origen a la radio en México.

Uno más de los comienzos fue con la incipiente radio comercial hecha por Constantino de Tárnava, quien instaló en 1919 la estación T.N.D. (Tárnava Notre Dame), “... es a partir de octubre de 1921, que esta estación tiene una regularidad, transmitiendo de 20:30 a 24:00, en 1923 cuando el gobierno autorizó las primeras radiodifusoras, la estación de Tárnava ya tenía largo tiempo de estar siendo captado”.<sup>5</sup> Para los radiodifusores privados, de Tárnava, con estas transmisiones, se constituye en el primer radiodifusor en el país, sin embargo, el medio no nació de manera comercial en México.

En el temprano año de 1923, el Gobierno Federal autorizó el funcionamiento de las primeras radiodifusoras. Era el tercer año presidencial del gobierno de Álvaro Obregón. Numerosos conflictos sociales sacudían a México como el asesinato el 29 de julio de Doroteo Arango (Francisco Villa). Surgían nuevos conglomerados

---

<sup>4</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio mexicana*, en [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

como las colonias Lomas de Chapultepec; en la ciudad de México, la gente pretendía olvidarse del conflicto armado y se interesaba en la naciente tecnología que les proporcionaba distracción y entretenimiento.

La radiotelefonía inalámbrica, como entonces se llamaba, era la novedad. En México la gente adinerada había comprado aparatos receptores, con la intención de captar alguna estación de Estados Unidos, para ello posteriormente se agruparon en el club de la radiotelefonía “en su reunión lograron captar conferencias y conciertos originados desde diversos puntos de la unión americana”<sup>6</sup>

Posteriormente se cambió el nombre a Liga Central Mexicana de Radio, la cual agrupaba varios miembros, cada uno de ellos tuvo como cuota un peso, con ello se enseñaba los socios y a su familia a utilizar el naciente radio y gozar todo aquello que se pudiera captar.

La primera radio transmisión originada en la capital de la República se produjo el “19 de marzo de 1923, a las 20:00 horas en la casa marcada con el número 45 de la calle República de Argentina... J. Fernando Ramírez fue quien hizo la aportación económica y José de la Herrán hizo la planta transmisora”<sup>7</sup>.

También por esas fechas, Raúl Azcárraga, quien tenía un negocio de aparatos de radio receptores, logró asociarse con los editores del periódico *El Universal*, y ambos fundaron la estación *El Universal Ilustrado- La Casa del Radio*, tras varias pruebas y un trasmisor R.C.A, el 8 de mayo de 1923, la naciente empresa hizo su primera transmisión formal.

---

<sup>5</sup> Jorge Mejía Prieto. *Historia de la Radio y la Televisión en México* Octavio Colmenares Editor p. 15.

<sup>6</sup> Idem p. 25.

<sup>7</sup> Idem p. 27.



La programación de esa primera emisión, según Jorge Mejía Prieto, en su texto antes citado, estuvo conformada por la declamación del poeta Manuel Maples, el guitarrista Andrés Segovia, el compositor Manuel M. Ponce, la cantante Julia Wilson, así como el compositor Manuel Barajas, un elenco por supuesto de lujo.

A la par de la estación nacieron los patrocinadores, el primero, la Casa Sanborn's, que subvencionaba el programa de bailes en la naciente estación que transmitía martes y viernes por las noches; también inició el negocio, pues se ofertaban los teléfonos (así se les llamaba en aquel entonces a los radios), en el negocio de Azcárraga.

Debido al interés por el nuevo medio de comunicación, el 16 de junio de 1923, el presidente Álvaro Obregón acompañado de su gabinete, inauguró en el Palacio de Minería, con la organización de la Liga de Radio, la "Feria del Radio", donde se instalaron numerosos estantes, y se exhibía la recién adquirida estación de la Secretaría de Guerra y Marina.

" La *radiofiebre* se extendía por todas partes... el 25 de junio de 1923 el presidente de la República resolvió favorablemente un ambicioso proyecto... para establecer grandes transmisoras en Monterrey, Chihuahua, Hermosillo, México, Guadalajara y Mérida. La intención era cubrir por medio de una red radiofónica todo el territorio nacional para informar a los agricultores acerca de actividades concernientes a sus actividades. Posteriormente la iniciativa no pudo prosperar"<sup>8</sup>, apunta Jorge Mejía Prieto para dar una idea de lo que el nuevo invento había generado.

A partir de este recuento empezamos a vislumbrar la relación que pronto se afianzaría, la relación entre los primeros difusores y los representantes del gobierno.

---

<sup>8</sup> Jorge Mejía Prieto. *Historia de la Radio y la Televisión en México*. Octavio Colmenares Editor p. 29.

El auge de la radio propició que en 1923 se instalaran varias radiodifusoras, entre ellas la CYA, CYZ y las gubernamentales CZA, CZZ, así como la estación de la compañía de la cigarrera “El Buen Tono”, que regalaba aparatos receptores para los radioescuchas.

El 30 de noviembre de 1924, sale al aire la emisora CZE, operada por la Secretaría de Educación Pública. Su primera transmisión oficial fue la protesta del general Plutarco Elías Calles como presidente de la República, realizada el 1 de diciembre. Emitió su señal en la frecuencia de los 560 kilohertz. En 1929, a sólo cinco años de su salida al aire, la emisora de la SEP deja de transmitir. Vuelve a hacerlo hasta los primeros años de la década de los treinta con las siglas XFX.

Para ese mismo año, 1924, al parecer la carrera de la radiodifusión decayó no sólo en México, sino a nivel mundial, pero continuó con pasos lentos pero seguros: “ En 1925, operaban en el país 11 radiodifusoras: 7 en la capital y 4 en provincia. Para 1926, eran 16 las estaciones que trabajaban en el territorio de la República”.<sup>9</sup> Cabe señalar que esto se debió a la ausencia de grandes capitales dispuestos a apoyar la novedad que significaba la radio.

El 26 de abril de 1926 el gobierno del general Plutarco Elías Calles expidió la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que reglamentaba diversas actividades en esta materia, entre ellas, la radiodifusión. En su artículo 12 la ley establece que las transmisiones radiofónicas “no deben atentar contra la seguridad del Estado ni atacar en forma alguna al gobierno constituido”. Este es el primer esbozo en cuanto al terreno legal de los medios, hecho por parte del gobierno.

Debemos decir también que en el periodo 1924-1934, se expiden las primeras leyes y reglamentos específicas sobre radiodifusión. Se establecieron de manera

---

<sup>9</sup> Jorge Mejía Prieto. *Historia de la radio y la televisión en México* Octavio Colmenares Editor. p. 33.

explícita los límites, derechos y obligaciones de la nueva industria, tema que será desarrollado más a fondo en este mismo capítulo.

En 1929, un acontecimiento importante ocurrió en nuestro país: México se une a la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington, donde se asignó a México los indicativos nominales “XE”. Mientras tanto, la estación “El buen tono” era la de mayor esplendor.

Hacia 1930 se instaló “Radio Noticias”. El 5 de febrero de ese año, comenzó a operar este primer servicio de noticias continuas por radio en México y probablemente en el mundo, a través de Radio Mundial, XEN, propiedad del periodista y miembro del Constituyente de 1917, Félix F. Palavicini. La emisora había sido instalada en 1925 con el indicativo CYS por la empresa *General Electric*, la cual se encargó de su operación durante cinco años. La estación transmitió con el formato de "radio noticias" hasta el final de ese año.

Al comenzar 1930, el aumento de la población, los progresos técnicos, entre otros propiciaba el camino para que la radiodifusión se desarrollara a lo grande, ello requería una emisora moderna, de alcance nacional y modernas estructuras y fue Emilio Azcárraga Vidaurreta con la XEW quien desarrolló esta enorme fábrica de ídolos y de empleos, la cual comenzó a funcionar el 18 de septiembre de 1930, desde el número 3 de la céntrica calle 16 de septiembre, en los altos del cine Olimpia.

De acuerdo con autores como Fernando Mejía Barquera y Jorge Mejía Prieto, la idea de la XEW, surgió de la inquietud de Emilio Azcárraga por crear una estación, puesto que era gerente de una compañía distribuidora de aparatos receptores. Él creía que se necesitaba un mayor impulso, por lo que funda la estación con el lema: “La voz de la América Latina en México”, la cual despegó rápidamente, debido a que Emilio Azcarrága, al igual que su hermano Raúl, conocían la radio y además, se les considera pioneros de la industria.

Un elemento más que señala Fernando Mejía Barquera como factor de impulso a la XEW, fue el apoyo de RCA-Víctor, compañía de la cual Emilio Azcárraga era distribuidor. Así, fueron varios los factores que se conjugaron para que la estación se convirtiera pronto en la más escuchada y rentable.

A tres años de su inauguración, la XEW estrenó estudios en la calle de Ayuntamiento, que se convirtió en escenario de muchas estrellas. En 1937 agregó la onda corta a sus transmisiones y en su octavo aniversario aumentó sus transmisiones a 100 mil watts de potencia.

Otro acierto de la W fue el reconocimiento que supo otorgar a sus estrellas y a sus locutores, pues logró convertir a muchos cantantes en ídolos masivos.

Continuando con la historia de la radio, también tiene importancia la estación del Partido Nacional Revolucionario (PNR), la cual fue inaugurada el 1º de enero de 1931 por el presidente Pascual Ortiz Rubio, y cuyo nombre oficial fue Radio Nacional de México. La radiodifusora combinaba la propaganda oficial con la publicidad comercial, que era transmitida desde dos calles del centro de la ciudad: Juárez y Avenida Revillagigedo; además fue precursora de las populares radionovelas. En 1933 comenzó a difundir los detalles de la reunión del partido, que se había celebrado en Querétaro, y de la cual resultó electo candidato Lázaro Cárdenas, a quien la emisora acompañó durante su sexenio.

La frecuencia de la vocera oficial del partido, o sea la Radio Nacional Mexicana desapareció cuando el partido cambió su nombre a Partido Revolucionario Institucional, es decir el 18 de enero de 1946, para quedar en manos de Francisco Aguirre quien la manejaría desde la iniciativa privada, con lo cual podemos comprobar -una vez más- los estrechos vínculos que se establecían entre los concesionarios y el gobierno, pues Aguirre y su familia son de los hombres más

importantes de la industria y a él se le cedió una estación ya constituida por parte del gobierno.

Por esta misma época, en los años 30, los técnicos mexicanos comenzaban ya a experimentar con la transmisión de imágenes a distancia, a veces con sus propios y modestos recursos o con apoyo gubernamental. Más tarde, empresarios como el ya mencionado Emilio Azcárraga Vidaurreta también destinarían recursos a la experimentación televisiva cuando, a mediados de los años cuarenta, el nuevo medio de comunicación mostraba potencial para ser un gran negocio.

Como señala Fernando Mejía Barquera, los primeros experimentos de televisión en México corren a cargo de los ingenieros Francisco Javier Stivoli y Miguel Fonseca, entre los años de 1928 y 1930, ambos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME). Stivoli era además el encargado técnico de la emisora XEFO del Partido Nacional Revolucionario, la organización política que le otorgó apoyo económico para viajar a Estados Unidos, donde adquirió un equipo completo de televisión integrado por dos cámaras de exploración mecánica a base del disco Nikov, un transmisor y varios receptores, así como equipo adicional para realizar transmisiones experimentales.

El equipo se instaló en el edificio de la ESIME y la antena transmisora se colocó en la iglesia de San Lorenzo en el centro de la ciudad de México. Así es como se realizó la transmisión inicial en la que se reflejaba el rostro de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stivoli, primera imagen que se trasmite en México a través de la televisión.

Otro personaje importante para el surgimiento de la televisión en México fue Guillermo González Camarena, alumno de Javier Stavoli, quien comienza a tratar de construir con piezas de desecho la primera cámara totalmente mexicana. Este

estudiante de ingeniería, obtiene poco tiempo después el apoyo del presidente de la República Lázaro Cárdenas, quien ordena que se le presten los estudios de la radiodifusora XEFO para que el joven Camarena continúe con sus experimentos. El mismo partido trae un equipo completo de televisión a México, y el 16 de mayo de 1935, se realizó una transmisión desde el edificio ubicado en el número 18 del Paseo de la Reforma.

En el año de 1937, el 1º de enero, inició sus operaciones el “Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad” (DAPP), organismo que tenía a su cargo el diseño y la ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano. Entre las facultades otorgadas al DAPP estaban la de "dirigir y administrar las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo (con excepción de las que dependen de la Secretaría de Guerra y Marina)" y la de supervisar y reglamentar la propaganda y publicidad hecha por medio de radiodifusoras comerciales y culturales establecidas en la República.

Fernando Mejía Barquera hace las precisiones siguientes respecto al ya mencionado departamento: “En 1937, el DAPP instaló dos radiodifusoras, la XEDP, de amplitud modulada, y la XEXA, de onda corta, que transmiten diariamente, de las 7.30 a las 23.00 horas, una programación integrada en su mayor parte por emisiones producidas por secretarías y departamentos de Estado. Junto con las emisoras del PNR (XEFO y XEUZ), y la de la Secretaría de Educación Pública (XFX), el DAPP apoyaba la difusión de las políticas gubernamentales a través de la radio durante el régimen cardenista, hasta que desaparece por disposición presidencial en diciembre de 1939. Sus emisoras quedan adscritas a la Secretaría de Gobernación en donde se mantienen funcionando con muy escaso apoyo económico hasta que al iniciarse el régimen de Miguel Alemán Valdés se extinguen”<sup>10</sup>.

Otro acontecimiento importante en la historia de la radiodifusión en México ocurrió el 15 de enero de 1937, cuando el *Diario Oficial de la Federación* publicó un decreto presidencial, fechado el 30 de diciembre de 1936, que disponía la creación de un programa radiofónico semanal con cobertura nacional que deberá ser transmitido en cadena por todas las estaciones del país con la finalidad de que, a través de esa emisión, el gobierno de la República informe a la población de sus actividades. Se decide que el programa se llame “La Hora Nacional”. Su producción quedó a cargo del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP). Al desaparecer este último, se encarga que “La Hora Nacional” sea ahora producido por la Secretaría de Gobernación. Dicho programa se ha mantenido hasta la fecha en la radio.

Siguiendo el orden cronológico de la historia de la radio y la televisión, llega el año de 1937: el 14 de junio inició sus transmisiones la primera radiodifusora universitaria de México: XEUN, Radio UNAM. El primer director de Radio UNAM fue Alejandro Gómez Arias. La nueva estación sólo transmitía cuatro horas diarias. Un año después, el 28 de junio de 1938, salió al aire la radiodifusora de la Universidad de San Luis Potosí, en transmisiones de cuatro horas, al igual que la estación de la Universidad Nacional.

En este mismo año, se da el primer antecedente de la agrupación de concesionarios, la AMER, Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras, que décadas después daría lugar a la formación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT).

Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez se asocian para formar la empresa “Radio Programas de México” (RPM), fundamental para el desarrollo de la industria de la radiodifusión en México.

---

<sup>10</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio mexicana*.  
[www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

RPM inicia sus operaciones formalmente el 31 de mayo de 1941 y es la primera empresa en explotar comercialmente la reproducción de programas radiofónicos en cinta magnética y discos de acetato; grababa los programas más importantes de la XEW y la XEQ (esta última fundada en octubre de 1938) y los vende tanto en México, a las estaciones de provincia, como en el extranjero. Con esto obtiene importantes beneficios económicos.

A sólo tres años de su fundación, las ganancias de la nueva industria se habían triplicado con las cuentas publicitarias de 130 compañías. Bajo su control, más de la mitad de las estaciones de la República se afiliaron a RPM con el fin de contar con los programas superestelares de la Q y la W.

Con la “buena racha”, de Azcárraga y Serna, se creó la “Cadena Azul”, primera cadena radiofónica que existió en México. En 1941, año de su creación, contaba con 6 afiliadas. En 1945 el número era ya de 78. En 1948 sumaba 82 y en 1950 cuenta con 10 más. A mediados de los años sesenta, Emilio Azcárraga Vidaurreta se retiró de Radio Programas de México y el negocio quedó en manos de Clemente Serna Martínez.<sup>11</sup>

Así, al constatar los beneficios de asociarse en cadenas: como ahorrar costos, producir programas novedosos y de interés y comprobar los beneficios de asesorar a las pequeñas emisoras radiofónicas, las cadenas se multiplican en los años cuarenta y cincuenta.

Se formaron entre otras la Cadena Radio Continental, encabezada por las estaciones XEQR y XERQ y formada por 25 afiliadas al iniciar sus labores; Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA) con 10 emisoras en el norte del país, Jalisco y Veracruz; Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), con afiliadas especialmente en Michoacán y el Bajío; Cadena Radio Mil, encabezada por la emisora XEOY, inaugurada en febrero de 1941, con 36 afiliadas; Radio Cadena



Nacional, encabezada por XERCN, del D.F.; Radio Central Radiofónica, con 7 estaciones en el D.F., Puebla, Morelos, Hidalgo y el Estado de México, encabezadas por XENK, Radio 620, del D.F.

Asimismo en los años 40, la experimentación con la televisión comenzó a dar frutos más visibles, pues el 19 de agosto de 1940, el ingeniero González Camarena, pionero en la historia de la televisión en este país, patentó su sistema de televisión, basado en los colores verde azul y rojo. Además, diseñó una cámara e ingresó a la XEW como operador. Dos años más tarde patentó en Estados Unidos este mismo sistema de televisión, a la vez que comenzó a transmitir en forma experimental desde su domicilio.

El 7 de septiembre de 1946, se inauguró la estación experimental XHGC, instalada y operada por el ingeniero González Camarena. Las transmisiones regulares se realizaban los sábados y desde el domicilio de González Camarena hacia los estudios de la XEW o de la XEQ. Las señales también eran recibidas en las instalaciones de la Liga Mexicana de Radio Experimentadores.

En 1946, siendo presidente de la República Miguel Alemán Valdés, solicitó al músico Carlos Chávez, director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), que nombrara una comisión encargada de analizar cuál de los dos sistemas de televisión predominantes en el mundo, el estadounidense (comercial-privado) y el británico (monopolio estatal), era el más conveniente para México. La Comisión del INBA estuvo integrada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena quienes, durante el mes de octubre, viajaron por Estados Unidos y Europa para cumplir con la instrucción presidencial.

---

<sup>11</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio mexicana*. en [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

La Comisión del INBA entregó en 1948 el resultado de la investigación encomendada. El texto constaba de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido de los programas de ambos sistemas. No recomendaba explícitamente que se adopte alguno de los dos en México, sin embargo vierte elogios con respecto a la televisión británica, (ver el texto de Fernando Mejía Barquera<sup>12</sup>).

La segunda parte, elaborada por el ingeniero González Camarena, constituía una recomendación formal para que México adoptara el sistema estadounidense. Las razones expuestas eran de índole técnica y económica: se argumenta que todos los experimentos hechos en México hasta ese momento se habían realizado con base en las especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos, que los aparatos fabricados en México funcionaban de acuerdo con esas especificaciones y, por último, que para poner a funcionar la televisión en el país sería necesario importar una gran cantidad de aparatos receptores y resultaría mucho más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa.

En agosto, la Secretaría de Economía expidió el permiso oficial para que los laboratorios GON-CAM, propiedad de Guillermo González Camarena, operen comercialmente. En las instalaciones de esta empresa se fabricaban equipos transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de fueron patrocinados por Emilio Azcárraga.

En septiembre se realizó el primer control remoto desde la “Exposición Objetiva Presidencial”, un evento organizado por el Gobierno de la República en el Palacio de Minería, como complemento del segundo informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

---

<sup>12</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la televisión mexicana*. En [www.fundaciónmanuelbuendía.org.mx](http://www.fundaciónmanuelbuendía.org.mx).

Asimismo, se realizó la primera demostración de televisión en blanco y negro con fines educativos. Ocurrió durante la celebración de la VII Asamblea de Cirujanos, en el Hospital Juárez de la ciudad de México. Se transmitió en circuito cerrado una intervención quirúrgica.

En 1949 ocurrió un hecho trascendente para los fines de esta investigación, ya que se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trataba de XHTV, Canal 4. El titular de la misma era la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, dueño en esa época del diario *Novedades* de la ciudad de México. Con este primer otorgamiento seguirían muchos más, con suficiente discrecionalidad, con lo cual se pondría en evidencia la estrecha relación entre concesionarios y gobierno.

Al igual que la radio, la televisión posee algunos cabos sueltos e historia oficial en sus inicios. Ésta comenzó a funcionar de manera cotidiana y a transformarse en una presencia de singular importancia en la vida cultural, política y económica de México. Ocurren una gran cantidad de acontecimientos que van conformando el complejo fenómeno en que la TV se ha convertido en nuestros días.

Los siguientes son los antecedentes de la historia oficial de la televisión, cuyas operaciones en México comenzaron formalmente en 1950, para años después lograr un inmensurable poder político de gran alcance ideológico, por el cual los concesionarios se han infiltrado en las altas esferas de poder, y son ellos mismos quienes toman grandes decisiones respecto a este medio de comunicación que alcanzaría grandes dimensiones en lo político, social, cultural y económico, como lo seguiremos viendo a lo largo de esta investigación.

El otorgamiento de otra concesión tuvo lugar en el mes de enero de 1950. Se le otorgó al ingeniero Guillermo González Camarena, quien explota comercialmente el Canal 5, y al que se decide asignar las siglas XHGC. El equipo técnico con el que operó la emisora se fabricó en los laboratorios GON-CAM. Además, el 11 de febrero se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el Decreto que fijaba las normas que deberán observar para su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión, primera disposición legal específica en la materia.

El 1º de septiembre de 1950, el Canal 4 inició sus transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés. Durante los meses de julio y agosto se realizaron transmisiones de prueba, aunque se considera la emisión del informe presidencial como el inicio formal de la TV en México, “ la inauguración oficial del Canal 4 se hace un día antes, el 31 de agosto de 1950, con un programa "artístico musical" desde el Jockey Club ubicado en el Hipódromo de las Américas, al cual asiste con la representación gubernamental el secretario de Comunicaciones, Agustín García López, más tarde, en 1951, al incrementarse las necesidades de producción, el Canal 4 instala dos nuevos estudios.”<sup>13</sup>

El 21 de marzo de 1951 se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y cuyos estudios se encontraban en la Avenida Chapultepec. La inauguración oficial de “Televisión” ocurrió hasta el 12 de enero de 1952, con equipo técnico de origen estadounidense.

De manera paralela, al comenzar la década de los 50, las estaciones de radio comienzan a darse cuenta de que no es tan redituable la producción de programas

---

<sup>13</sup> Fernando Mejía Barquera. Historia mínima de la televisión mexicana. En [www.manuelbuendia.org.mx](http://www.manuelbuendia.org.mx).

o el tener artistas que canten en vivo, por lo que introducen un sistema, el llamado “Sistema California”, esquema consistente en la sucesión de números musicales grabados con antelación y seguidos por la emisión de anuncios comerciales y la presentación por parte del locutor de otros números musicales, y que se convirtió en la forma predominante para el funcionamiento de una estación de radio. Al finalizar la década, la mayoría de las estaciones se habían convertido en disqueras y la producción pasa a ser el complemento de una programación basada en la emisión de números musicales.

Mientras tanto en la televisión, el 10 de mayo de 1952, el Canal 5, concesionado dos años antes a la empresa Televisión González Camarena, S.A., inauguró formalmente sus operaciones con la transmisión, a control remoto desde el teatro Alameda, de un festival organizado por el periódico *Excélsior* con motivo del “Día de la Madre”. No obstante, las transmisiones regulares dan comienzo hasta el 18 de agosto de ese año.

Hasta 1952 la radio sólo transmitía en AM, pero en mayo de este año comenzaron a transmitir en Frecuencia Modulada (FM). La estación XHFM, Radio Joya, del Distrito Federal, es la primera en México, ubicada de los 88 a los 108 megahertz. El señor Federico Obregón Cruces, propietario de la emisora, solicitó en el año de 1946 la concesión para transmitir, la cual se le concedió el 28 de diciembre de 1948 asignándole la frecuencia de 94.1 megahertz. Comenzó a transmitir señales de prueba en 1949.

El 26 de marzo de 1955, las empresas concesionarias de los canales de televisión 2, 4 y 5 anunciaban que habían decidido fusionarse en una sola entidad, llamada Telesistema Mexicano, la cual se encargaría de administrar y operar esas frecuencias “El cuerpo directivo de Telesistema Mexicano queda integrado de la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente y gerente general; Rómulo O’Farril, vicepresidente; Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O’Farril Jr. ,

gerentes; Antonio Cabrera, subgerente administrativo; Luis de Llano, subgerente de producción y programación; Miguel Pereyra, subgerente técnico; y Ernesto Barrientos Reyes, subgerente de ventas. Las acciones de la empresa quedan distribuidas así: Emilio Azcárraga Vidaurreta, 4 mil; Rómulo O'Farril, 4 mil; Emilio Azcárraga Milmo, 500; Rómulo O'Farril, 500; Ernesto Barrientos Reyes, 500; y Fernando Díez Barroso, 500. En total 10 mil acciones con valor de mil pesos cada una que hacen un capital de 10 mil pesos”<sup>14</sup>.

Esta nueva fusión de los hombres más representativos de los medios de comunicación sería el antecedente de la que después sería la empresa mediática que se convertiría en portavoz de los gobernantes: Televisa, empresa que reafirmaría las relaciones de poder entre concesionarios- gobierno.

La fusión de los canales 2, 4 y 5 en Telesistema Mexicano permitió ampliar la cobertura territorial de la TV. Ya en 1952, el Canal 2 había iniciado la construcción de una estación repetidora (XEQ TV, Canal 9), por lo cual los programas del Canal 4 pudieron ser vistos en el sureste y suroeste de México, desde el Golfo hasta el Pacífico.

En 1956 comienza a funcionar una nueva repetidora: XEAW TV que permitió que los programas del Canal 2 llegaran a los estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosí y Querétaro, asimismo Telesistema Mexicano contaba con televisoras locales en varias ciudades del país como Guadalajara, Monterrey y Tijuana.

El año de 1956 Telesistema Mexicano inició negociaciones con la empresa Ampex, para adquirir equipo de grabación en cinta de video que ese año había salido al mercado. Dos años después, en 1958, Telesistema adquirió, a través de

---

<sup>14</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la televisión mexicana*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

su canal filial XEFBTV de Monterrey, la primera máquina de video tape que operó en el país. Esta innovación tecnológica revoluciona la producción televisiva en nuestro país, ya que permitió grabar y editar los programas reduciendo drásticamente la "salida al aire" de errores.

Asimismo, la grabación en cinta de video permite a Telesistema Mexicano la oportunidad de exportar programas, especialmente telenovelas, a Latinoamérica y Estados Unidos.

De esta manera, el 2 de marzo de 1959, el Canal 11, XEIPN, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, realizó su primera transmisión de manera oficial; esta institución educativa obtuvo el permiso para operar el Canal 11. Unos meses antes, el diciembre de 1958, el Canal 11 había iniciado pruebas.

En tanto, es hasta los años sesenta, que comienza la ocupación de la banda de radio FM en México. Al finalizar la década sólo existían 49 emisoras de FM en la República, esto se debe a que en esos años no existen muchos aparatos receptores que contarán con el dispositivo necesario para captar las señales de FM, lo que hizo a esta banda poco atractiva para los anunciantes. Durante los años setenta la radio de FM creció considerablemente, pero su consolidación se produjo hasta la década de los ochenta, las estaciones de FM tienen la particularidad de que sus indicativos de llamada deben incluir las letras XH, aunque existen excepciones.

También es destacable el que se siguieron formando grandes cadenas radiodifusoras, que al igual que en lo referente a la televisión, adquieren difusión en gran parte de la República, tanto que incluso llegan a convertirse en grandes controladores de poder. (En el apartado 1.3, se explica de manera detallada como los concesionarios se convierten en grupo en el poder).

El de 1960 es un año crucial tanto para la radio como para la televisión, ya que ocurre un acontecimiento importante: el 19 de enero se publica en el Diario Oficial de la Federación y la Ley Federal de Radio y Televisión, ordenamiento jurídico que considera a la radio y la televisión como medios de interés público y establece el régimen de concesiones y permisos a que están sujetos ambos medios.

Según dicha ley, pueden existir estaciones concesionadas, las cuales están facultadas para transmitir anuncios comerciales, y estaciones permisionadas, cuya administración se encomienda a entidades no lucrativas que por lo tanto, no pueden hacer uso comercial de las frecuencias de radio y TV. Asimismo, esta ley también contempla la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, organismo encargado de vigilar los contenidos de la radio y la televisión, que sin embargo, prácticamente no ha funcionado. Cabe señalar, según la opinión de Miguel Angel Granados Chapa, esta ley en gran medida fue creada con la colaboración de los concesionarios de los medios electrónicos, quienes para entonces, ya se habían agrupado en la Cámara de la Industria de la Radiodifusión (CIR)<sup>15</sup>

En ese mismo año González Camarena obtuvo en México y Estados Unidos la patente de un nuevo sistema de TV a colores llamado kaleidoscopio. Un año después, Telesistema Mexicano instaló en San Antonio, Texas, su primera filial en territorio estadounidense, dirigida al público hispanoparlante de ese país.

En 1960, durante el gobierno de Adolfo López Mateos, se creó la Unidad de Grabación de la SEP, un proyecto destinado a apoyar la enseñanza de los maestros rurales a través de la producción de materiales audiovisuales. Esa Unidad de Grabación sería el inicio de la emisora XEEP, Radio Educación, la cual se desarrollaría años más tarde.

---

<sup>15</sup> Granados Chapa, Miguel Ángel. Examen de la Comunicación en México. La Televisión del Estado, en busca del tiempo perdido. Editorial El Caballito.



El 29 de diciembre de 1961 se publica en el *Diario Oficial* la Ley del Impuesto a las Empresas que explotan Estaciones de Radio y Televisión. Esta ley establece un gravamen de cinco por ciento sobre los ingresos brutos de las empresas de radio y televisión; sin embargo éstas, a través de su cámara industrial, negocian con la Secretaría de Hacienda y consiguen que el impuesto les sea reducido para quedar en una tasa de 1.25 por ciento sobre ingresos brutos, con este acuerdo podemos vislumbrar una vez más la complacencia del gobierno hacia los concesionarios, pues de un impuesto original éste se reduce a menos de la mitad ante la negociación entre gobierno-concesionarios.

En los años de 1962 y 1963 Guillermo González Camarena patentó en México, Estados Unidos y otras naciones un sistema de televisión, que se establece con base en los colores verde-naranja y verde-azul. En noviembre del 62, obtuvo la autorización para efectuar a través de un canal abierto, transmisiones de televisión a colores. La primera transmisión se realizó el 8 de febrero de 1963 en el Canal 5, con el programa “Paraíso Infantil”.

Al principio las transmisiones a colores eran escasas por la insuficiencia del equipo adecuado en las televisoras, y privilegio de una minoría pues la oferta de aparatos receptores capaces de registrar esas señales es mínima y su consumo está reservado para sectores muy reducidos; con el tiempo, aumenta el número de programas que pueden verse a color.

Siguiendo con la historia de la televisión, por aquellos años penetraron en México las primeras transmisiones internacionales en vivo, imágenes emitidas por microondas provenientes de Estados Unidos. El primer suceso de importancia mundial que la televisión mexicana difundió en vivo fue el lanzamiento de la nave

Mercury IX; también en 1963 fue posible ver en México las escenas del funeral del presidente John F. Kennedy, y la coronación del Papa Paulo VI.

En el año de 1964 el satélite estadounidense Syncom III transmitió desde Tokio, Japón, los Juegos Olímpicos realizados ese año. Las imágenes de la inauguración llegaron a Estados Unidos vía satélite y después a México a través de microondas.

En 1965 seguía corriendo la historia de la radio: “la XEYT inicia sus transmisiones en la población de Teocelo, Veracruz. Una emisora de carácter cultural, que a diferencia de las que se han instalado hasta ese momento, no es operada por una entidad estatal o por una universidad, sino por un organismo creado por la propia comunidad del lugar: el Centro de Promoción Social y Cultural A.C. de Teocelo”<sup>16</sup>, es aquí, donde se puede vislumbrar la participación de la sociedad sin la intervención de los hombres poderosos que son concesionarios de los medios.

En abril de 1965 fue colocado en órbita el Pájaro Madrugador (Early Bird), primer satélite comercial de comunicaciones. México aún no tenía infraestructura propia para la comunicación vía satélite, por lo que las imágenes provenientes de Europa llegaban primero a Estados Unidos y luego se enviaban a nuestro país por microondas.

Al concluir 1965, las estaciones repetidoras, comúnmente llamadas de microondas, llevaban la imagen televisiva a 26 estados de la República mediante una red cuya construcción se había iniciado en 1955 con la edificación de tres rutas: la de occidente, la del sureste y la del norte; el gobierno decidió ampliar esta infraestructura y crear una Red Federal de Microondas que se extendiera por todo

---

<sup>16</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio mexicana*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

el territorio nacional. Hacia 1970 contaba ya con 65 estaciones terminales, 207 repetidoras y 12 mil 800 kilómetros de longitud.

México ingresó a la Organización Internacional de Comunicaciones por Satélite (INTELSAT) en 1966, con lo cual obtiene el derecho de utilizar los artefactos espaciales propiedad de ese consorcio, dos años después se concluyeron los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones, el sistema incluía la Red Federal de Microondas, la Estación Terrestre para Comunicaciones Espaciales de Tulancingo (para envío y recepción de señales por satélite) conectada a los satélites INTELSAT II y III, y la Torre de Telecomunicaciones en la ciudad de México.

Después, en 1967 se inició formalmente la televisión educativa en México al ponerse en práctica, por parte de la Secretaría de Educación Pública, un plan piloto de alfabetización, a través de circuito cerrado, gracias al cual mil quinientas personas aprenden a leer y escribir; se empieza a utilizar la televisión abierta como herramienta de educación a distancia; se inició la Telesecundaria mediante la transmisión en circuito cerrado de la serie “Yo puedo hacerlo”, que constaba de 82 programas. Para 1968, este nuevo sistema educativo comenzó a difundirse de manera abierta a través del Canal 5 y logró penetrar en ocho entidades de la República.

Continuamos con los medios educativos, pero referidos a la radio; en 1967 la emisora de la SEP sale nuevamente al aire, ya con las siglas XEEP, después de varios años de ausencia, sin embargo, su salida es en condiciones muy difíciles. En las primeras transmisiones, efectuadas desde ese momento en la frecuencia de

---

1060 kilohertz, se utilizó un equipo de mil watts de potencia y una antena improvisada. Esto provocó fallas que resultaron en la descompostura del transmisor. Así, la emisora tuvo que esperar otro año para reiniciar sus transmisiones, esto ocurrió en 1968. Radio Educación ahora XEEP, regresó al aire, como emisora dependiente de la Secretaría de Educación Pública, había tenido varios periodos después de desaparecer por primera vez en 1929.

Así XEEP Radio Educación, retorna en condiciones adversas, con equipo deficiente, escasez de personal y serias dificultades de sintonía. Transmite en horario discontinuo --de las 7 de la mañana a las 2 de la tarde y de las 6 de la tarde a las 10 de la noche-- algo que era común en los años veinte, pero casi increíble en los sesenta, cuando ya la radio comercial contaba con una cobertura completa.

La televisión en México sigue con su auge, por lo que nuestro país se integra de lleno a la comunicación vía satélite. Se transmiten desde nuestro país los juegos de la XIX Olimpiada cuya audiencia acumulada en todo el planeta supera los 900 millones de personas; la mayor alcanzada hasta ese momento en la historia de la televisión. Para tal efecto se utilizó el satélite ATS-3, propiedad de la NASA y rentado por Intelsat. A partir de 1969 se estableció una conexión internacional permanente con el exterior a través del satélite INTELSAT III colocado sobre el Océano Atlántico.

El 1° de septiembre el presidente Díaz Ordaz rindió su IV informe de gobierno; su mensaje fue transmitido por dos nuevos canales de televisión: XHTIM, Canal 8, yXHDF, Canal 13. La concesión del Canal 8 se otorgó el 24 de junio de 1967 a la empresa Fomento de Televisión S.A., con el fin de fortalecer financieramente la puesta en marcha de la emisora, la nueva concesionaria se asocia con la empresa Televisión Independiente de México.

Tal y como lo habían programado antes otras emisoras, el Canal 13, XHDF, se inauguró oficialmente con la transmisión de un informe de gobierno; en su caso el correspondiente al 1° de septiembre de 1968. Su programación regular, sin embargo, se inició el 12 de octubre de ese año. La concesión para operar el Canal 13 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro.

El 20 de mayo de 1969, la empresa Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtiene la concesión para prestar el servicio de TV por cable en la ciudad de México, el cual se empieza a proporcionar un año después, en 1970.

Esta tecnología, creada por el estadounidense John Walson en 1947, llegó a nuestro país el año de 1954 con la instalación de un pequeño sistema de cable en Nogales, Sonora, cuyo objetivo básico era llevar a ciudadanos estadounidenses que viven en México canales procedentes de su país. A este sistema siguen otros, igualmente limitados, en Piedras Negras, Coahuila (1963), Ciudad Acuña (1964), y Monterrey, Nuevo León (también en 1964). Sin embargo, es hasta el surgimiento de Cablevisión cuando se inicia el desarrollo industrial de la TV por cable en México.

A finales de la década de los 60, específicamente en 1968, los sucesos económicos, políticos y sociales, al igual que en otras partes del mundo, también sacudían a México. Los jóvenes demandaban cambios, la sociedad estaba en constante transformación y los medios de comunicación también eran parte de este proceso que marcaría para siempre la historia de los medios de comunicación, pues entre otros sucesos surgieron los llamados “tiempos fiscales”.

El 31 de diciembre de 1968 durante el mandato de Gustavo Díaz Ordaz, el Ejecutivo emite un acuerdo presidencial relacionado con los impuestos, con el que los industriales de la radio y la televisión estarían destinados a pagar el 25 por ciento de sus ingresos totales. El pago de estos impuestos entraría en vigor el 1° de julio de 1969. Sin embargo, haciendo una vez más despliegue de su poder, los concesionarios presionan al gobierno y le “cobran el favor” por haberse mantenido neutrales ante los sucesos del 68, por lo que se sientan a “negociar” el nuevo impuesto.

Así, llegamos a una parte medular en la historia de la radio y la televisión: el 1° de julio de 1969, cuando después de seis meses de negociaciones entre los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR) y la Secretaría de Hacienda, el presidente Díaz Ordaz emitió un decreto que autorizaba a pagar de la siguiente manera el "Impuesto sobre el importe de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de las concesiones federales, para el uso de bienes del dominio de la nación: las empresas concesionarias de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5 por ciento del tiempo diario de transmisión para que éste lo utilice de acuerdo con sus propios fines; esto en lugar de pagar el 25 por ciento de sus ganancias como de manera original se había previsto.

“El 1° de julio de 1969, después de un cabildeo intenso de Emilio Azcárraga Milmo... Telesistema Mexicano está de fiesta porque logró que los concesionarios de la radio y la televisión pagaran la mitad de sus impuestos y cediendo el 12.5 por ciento de sus transmisiones al Gobierno”<sup>17</sup>, de este modo lograron evadir el impuesto de 25 por ciento de sus ganancias.

---

<sup>17</sup> Álvaro Delgado en Revista *Proceso*, No. 1354, 13 de octubre de 2002 página 14.

Lo anterior significó un claro favoritismo del gobierno hacia los concesionarios, pues estos últimos sabían que si eran obligados a pagar el 25 por ciento de sus ganancias, sería muy elevado, sin embargo, el ceder 12.5 por ciento de su transmisión no significaba lo mismo, ya que sería bajo sus reglas, en el horario que ellos consideraran conveniente, lo cual una vez más pone de manifiesto que el gobierno estaba en franca complicidad con los concesionarios. Al impuesto pagado en especie se le llamó "tiempo fiscal". Cabe señalar que el pago no incluía el uso de las instalaciones de los concesionarios. Además, como señaló en su momento Miguel Ángel Granados Chapa, ya que se cubría un impuesto con recursos del propio Estado (tiempo de transmisión), equivalía a una exención fiscal.

En tanto que, siguiendo el desarrollo de la radio, en la década de los 70 el interés por la banda FM seguía siendo muy poco por lo que, para dar impulso a ésta, en mayo de 1970 se creó la Asociación de Radiodifusores de FM, que de inmediato entra en contacto con fabricantes de receptores de radio para solicitarles que hagan un esfuerzo por abaratar los precios de los receptores de FM, con el fin de que el sistema se popularice, y con los publicistas y anunciantes para pedirles que apoyen a las estaciones de esta banda con la inserción de spots en ellas, al frente de la asociación están los concesionarios de FM.

También durante el gobierno del presidente Luis Echeverría, en 1972, las cosas cambian para Radio Educación. Se construyó una planta transmisora, con su respectiva antena, con un transmisor de 50 mil watts, lo que permite a XEEP ir aumentando poco a poco su potencia, primero a 10 mil watts, luego a 20 mil y finalmente a 50 mil con lo que deja de ser un "fantasma" en el cuadrante.

Además se construyeron nuevas instalaciones de Radio Educación, ahora ubicadas en la colonia del Valle y se le da un rango como el de un organismo público y desconcentrado de la SEP, esto en el año de 1978.

En lo referente a la televisión, el 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el Canal 13 pasó a ser propiedad del Estado. La operación se realizó a través de institución financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX). La adquisición del Canal 13 constituyó la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luis Echeverría, encaminadas a fortalecer al papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril de 1972, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México, en 1976 se construyen nuevas y modernas instalaciones para el Canal 13 a unos pasos de la carretera al Ajusco en el sur de la Ciudad de México.

Después de competir entre sí por un periodo de cuatro años, las empresas Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del Canal 8, deciden en noviembre de 1972, fusionarse en una sola entidad que habrá de operar esas emisoras así como sus repetidoras en el país. El día 28 de ese mes, los señores Bernardo Garza Sada, del grupo Alfa de Monterrey, y Emilio Azcárraga Milmo, de Telesistema Mexicano, firmaron un acuerdo de fusión. Surge de esta manera el consorcio Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa), la cual como ya señalamos se convertiría en portavoz de la política del gobierno, a cambio de la obtención de numerosos favores del gobierno para los concesionarios.

El 8 de enero de 1973 el nuevo consorcio inició oficialmente sus actividades. El 75 por ciento de las acciones de Televisa quedó en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25 por ciento restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emilio Azcárraga Milmo fue designado presidente de Televisa, años después, el grupo Alfa sufrió una fuerte crisis financiera por lo que su director, decidió vender el 25 por ciento de acciones



que el grupo posee en Televisa. Telesistema Mexicano, presidido por Emilio Azcárraga Milmo, adquirió entonces el total del paquete.

En el año 1973, el 4 de abril se promulgó el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. En el *Diario Oficial de la Federación*, se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como encargada de vigilar que los contenidos de las transmisiones de ambos medios se ajusten a lo estipulado por la legislación. Sin embargo, desde entonces no comenzó a operar correctamente el reglamento, pues artículos como el 49 de esta disposición promulgada en los 70s, se habla de la función del Consejo Nacional de Radio y Televisión, quien sería el organismo encargado de vigilar los contenidos de los programas de radio y televisión, así como de fomentar la calidad de los programas, sin embargo, tales disposiciones siguen figurando como nociones jurídicas sin aplicación.

Siguiendo el orden cronológico, de la historia de los dos medios de comunicación electrónicos, en 1976, Televisa adquirió el 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation (SICC) de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, que incluye estaciones en Los Ángeles, Nueva York y San Antonio, gracias al cual exporta programas vía satélite y microondas hacia ese país.

Un año después en 1977, para llevar a cabo lo previsto por el Reglamento de la Ley de Federal de Radio y Televisión, se creó mediante un decreto publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de julio, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (en adelante conocida como RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Su tarea fundamental sería vigilar que la normatividad aplicable a la radio, la TV y el cine, dentro del ámbito que corresponde a esa secretaría, por ejemplo, la vigilancia sobre los contenidos, se cumpla, pero es otra de las “buenas intenciones del gobierno” por normar a los concesionarios, quienes nuevamente ignoran lo dicho por la autoridad, pues no quieren estar sujetos a

organismos externos, desde entonces comienza a vislumbrarse el discurso de la autorregulación.

En febrero de 1979, el Estado mexicano inauguró una forma de participación en la actividad radiofónica al adquirir tres emisoras comerciales e incorporarlas al sector de radiodifusión estatal, lo que vino a cambiar la relación concesionarios-gobierno, las emisoras quedaron bajo la responsabilidad de RTC, siendo el germen de lo que en 1983 sería el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Siguiendo con el orden cronológico que ha tomado esta investigación, llegamos a 1979 y los primeros años de los 80, cuando comienza el proyecto estatal de la Radio indígenista. En Guerrero, Chihuahua, Puebla y otras, se ve a la radio como una forma de llegar a los lugares más alejados de la sierra y unir las regiones multiétnicas.

Mientras que en la televisión, también entrando a la década de los 80, en mayo Televisa contrató, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense Westar III, con lo cual adquirió la posibilidad de cubrir el territorio mexicano, pues la huella del artefacto cubre nuestro país, y de transmitir directamente a Estados Unidos 19 horas diarias de programación a través de la cadena Spanish International Network (SIN) constituida por 100 estaciones afiliadas y de la que Televisa adquirió el 75 por ciento de acciones.

“El 10 de octubre de 1980, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes dio a conocer que para 1985 México contaría con su propio satélite que llevaría el nombre de Iluicahua ("Señor de los cielos" en lengua náhuatl), el 16 de octubre el presidente José López Portillo autorizaba la ejecución del proyecto del satélite mexicano.

Debido a que México está ampliando su infraestructura de comunicación por satélite, pero aun no contaba con uno propio, el gobierno de la república solicita al consorcio Intelsat que modifique la órbita de uno de sus artefactos (el Intelsat IV AF3) para que pueda "bañar" el territorio mexicano con sus señales, lo que permite efectuar por esa vía una parte sustancial de sus telecomunicaciones internas"<sup>18</sup>.

El 3 de abril de 1981, el presidente López Portillo inauguró la primera etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, la cual constaba de 14 estaciones para envío y recepción de señales vía satélite y 21 estaciones que sólo recibían señales.

Otro hecho relevante es la creación de la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA), encargada de la producción y transmisión de programas educativos, además en 1982, el 15 de abril el Canal 22 del Distrito Federal inició sus transmisiones en la frecuencia de UHF bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM).

“El presidente López Portillo inauguró el 22 de junio de 1982, la segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, consistente en 71 estaciones. De ellas 39 han sido instaladas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y 32 por Televisa. La participación del consorcio en la instalación de esta infraestructura se fundamenta en un convenio con la SCT, mediante el cual la televisora se compromete a financiar a cambio de que el gobierno le proporcione descuentos en el pago del alquiler de la infraestructura de telecomunicaciones y derecho preferencial para transmitir sus señales. El convenio tendría una vigencia de nueve años”<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Fernando Mejía Barquera en *Historia mínima de la televisión mexicana*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

<sup>19</sup> Idem

En diciembre, el artículo 28 constitucional fue modificado por iniciativa del nuevo presidente, Miguel de la Madrid, con el fin de declarar a la comunicación por satélite como "una actividad estratégica a cargo exclusivo del Estado".

En el año de 1983 se abre otro capítulo en la historia de los medios: el 24 de marzo la Secretaría de Gobernación dio a conocer "la decisión gubernamental de reestructurar los recursos de comunicación social del Estado" mediante la creación de un "dispositivo de coordinación" denominado Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal que estaría constituido por tres institutos: uno de radio, uno de televisión y otro de cinematografía. El objetivo gubernamental era agrupar los recursos del Estado en el campo de la comunicación social en tres entidades que tuvieran el estatuto de "organismos públicos descentralizados, con personalidad jurídica y patrimonio propios. Así surgen el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), el Instituto Mexicano de Televisión y el Instituto Mexicano de Cinematografía, (IMCINE) <sup>20</sup>.

“En junio también de 1983, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó que el sistema mexicano de satélites llevaría el nombre de Morelos y que estaría constituido por dos artefactos que serán colocados en órbita en 1985. Su costo sería de 140 millones de dólares, sería construido y puesto en órbita por empresas estadounidenses.

Para 1985, el 29 de abril el gobierno de la república dio a conocer que en adelante el Instituto Mexicano de Televisión asumiría para fines de identificación institucional y comercial el nombre de Imevisión, y anunció la apertura de una nueva frecuencia en la Ciudad de México, la del Canal 7.

---

<sup>20</sup> Creados por decretos expedidos el 23 de marzo de 1983 y publicados en el *Diario Oficial de la Federación* dos días después, el 25 de marzo.

La nueva televisora (canal 7) salió al aire el 18 de mayo de 1985 con las siglas XHIMT y como cabeza de una red nacional integrada por las 99 emisoras que hasta ese momento operaban con el nombre de Televisión de la República Mexicana (TRM), organismo que, como consecuencia de estos cambios, quedó disuelto”<sup>21</sup>.

La madrugada del 17 de junio de 1985 el transbordador Discovery de la NASA colocó en órbita el primer satélite de comunicaciones mexicano, el Morelos I, el 26 de noviembre el Morelos II, segundo satélite del sistema mexicano, fue enviado al espacio. En el transbordador Atlantis, la nave que lo colocó en órbita, dio inicio el proyecto de educación médica vía satélite denominado TV Salud, promovido por el Hospital Infantil de México.

Es así como continúa de manera paralela la historia de la radio, también en el año de 1985, cuando la radio de FM superó a la de AM, la cual captaba el 35.1 por ciento de la audiencia, en tanto la audiencia de frecuencia modulada aumenta a 64.9 por ciento. Esto se debe en parte a la irrupción en el mercado de aparatos receptores de nueva tecnología (modulares, walkman, "estéreos" para automóviles, etcétera) dotados de un fino sonido, fortalece la preferencia por esa banda. La tendencia a preferir la banda de frecuencia modulada en las zonas urbanas se consolida en los siguientes años, lo cual ocasiona que, ante la pérdida de auditorio, la radio de amplitud modulada tenga que fortalecer su producción de programas "hablados" para atraer a una parte del auditorio que busca en la radio opciones diferentes a las musicales. Gracias a ello las distancias se reducen, aunque la preferencia por la FM continúa.

“Un año después, nuevos acontecimientos ocurren en la radio mexicana. Dos cadenas radiofónicas --la Organización Radio Centro y el Grupo Acir-- solicitan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el alquiler de traspondedores en el

---

<sup>21</sup> Fernando Mejía Barquera en *Historia mínima de la televisión mexicana*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

Sistema de Satélites Morelos, cuyos dos artefactos han sido colocados en órbita en 1985, para poder realizar por esa vía sus transmisiones de alcance nacional. Para 1988, otros grupos radiofónicos transmitían también vía satélite: Organización Impulsora de Radio S.A. (OIR), Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana (más adelante MVS Radio), Grupo Radio Mil, Radiodifusores Asociados de Innovación y Organización (RADIO) y Radio Programas de México (RPM).”<sup>22</sup>

Durante el sexenio 1989-1994 se dio un gran impulso a las nuevas tecnologías en radio y televisión. El gobierno emitió diversas disposiciones jurídicas para facilitar el acceso de las empresas mexicanas a los más recientes avances tecnológicos en esta materia, además de volver a destacar dar toda las facilidades a los concesionarios para obtener mutuamente beneficios y favores como fruto de la relación medios- gobierno.

En televisión, el 1 de septiembre de 1989 inició sus transmisiones en México un nuevo sistema de TV por suscripción. Se trata de MVS Multivisión, que empleaba una tecnología nunca antes utilizada en nuestro país: el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, es decir, Sistema de Distribución Multicanal Multipunto, la concesión para operar Multivisión fue otorgada al señor Joaquín Vargas Gómez, propietario de la empresa productora TELEREY y del grupo radiofónico Frecuencia Modulada Mexicana, y hombre importante en la relación medios de comunicación-gobierno.

A la par, la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTE) eliminó de su denominación la palabra "cultural" y reduce su nombre a UTE. Ello se debió a que la producción de programas culturales pasó al dominio del Consejo Nacional para

---

<sup>22</sup> Idem

la Cultura y las Artes creado ese mismo año. En adelante la UTE se ocuparía sólo de la producción de programas de tipo educativo.

En cuanto a la radio, la estereofonía en AM y el uso de "subportadoras múltiplex" en FM, son algunas de esas tecnologías. La SCT y la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), suscribieron un "acuerdo de concertación" para incorporar el sistema estereofónico a las estaciones de amplitud modulada. A través de este acuerdo, la SCT ofreció proporcionar "asesoría normativa y técnica" a las radiodifusoras privadas interesadas en acceder a la transmisión estereofónica. La CIRT, por su parte, se comprometió a "promover entre sus agremiados la instalación y operación del sistema estereofónico y a instarlos a que lo usen a la brevedad con el fin de que esta tecnología se generalice en poco tiempo".

El 24 de septiembre de 1990, seis días después de firmarse el acuerdo, el *Diario Oficial de la Federación* publicó las normas técnicas que deberán observar las emisoras que deseen transmitir en estereofonía.

A pesar del entusiasmo que despertara inicialmente la firma del acuerdo entre los radiodifusores y el gobierno para impulsar el desarrollo de la estereofonía en AM, la adopción de este sistema por parte de las radiodifusoras no tuvo la celeridad que se esperaba. Al concluir el año de 1994 sólo 44 de las más de 700 radiodifusoras de AM que existen en el país habían solicitado a la SCT el permiso necesario para transmitir en estéreo. El desinterés de los radiodifusores por esta tecnología tiene como causa principal el escaso número de aparatos receptores dotados del dispositivo necesario.

También el 24 de septiembre de 1990, el *Diario Oficial* publicaba las disposiciones aplicables al uso de subportadoras múltiplex por parte de las estaciones de FM. Las emisoras de esta banda en México utilizaban canales de transmisión sumamente amplios en comparación con las de AM. Estos aparatos dan servicios

como correo electrónico, música continua, localización de personas y otros. Una emisora de FM puede transmitir en estéreo y utilizar, al mismo tiempo, obviamente, la prestación de estos servicios abre a los radiodifusores nuevas perspectivas comerciales, de ahí su interés en obtener la autorización gubernamental para hacerlo.

En las normas publicadas por la SCT, recopiladas por Fernando Mejía Barquera<sup>23</sup>, menciona entre otras con relación al uso de las subportadoras múltiplex, las siguientes disposiciones: 1) Por cada subportadora múltiplex que una estación de FM decida utilizar con fines comerciales, deberá destinar otra al Estado "para los propósitos que sean determinados por la SCT"; 2) Podrán establecerse negocios en sociedad entre el concesionario y otro particular para prestar servicios a través de las subportadoras múltiplex. Es decir, la SCT podría autorizar a una persona o a una empresa para que, aun cuando no sea concesionaria de una estación de FM, pueda prestar servicios mediante la subportadora siempre y cuando se asocie con el concesionario y celebre un convenio para tal efecto.

Igualmente ante la proximidad de la finalización del periodo de vida útil del satélite Morelos I, prevista para 1994, y la inminente saturación del Morelos II, cuyo lapso de utilización llegará a su término en 1998, el gobierno de la república dio a conocer, el 28 de julio de 1990, su proyecto de ubicar en el espacio un nuevo sistema de satélites, también integrado por dos artefactos, que llevaría el nombre de Solidaridad y cuya vida útil será de 14 años. Se anunció que el primero de los satélites sería enviado al espacio en 1993.

El 3 de septiembre, también de 1990, Televisa y la Nippon Hoso Kyokai (NHK) de Japón dieron a conocer en el Centro de Postproducción de Televisa San Ángel, la realización de exitosas pruebas de transmisión de TV de Alta Definición, que tiene

---

<sup>23</sup> Fernando Mejía Barquera en *Historia mínima de la televisión mexicana*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).



grandes diferencias con respecto a la televisión "tradicional", como la proporción de la pantalla, el número de "líneas de barrido", el sonido digital, similar al del disco compacto, etcétera.

En la radio, en noviembre de 1991 comenzó sus transmisiones Multiradio Digital, esto es un mecanismo con un sonido similar al disco compacto. Ofrece 20 canales de audio con música continua y sin locución. Cada canal se especializa en un tipo de música, aunque Multiradio opera inicialmente sólo en el Distrito Federal, se extiende en 1992 a Monterrey y en 1993 a Guadalajara.

Desde finales de 1991 comenzó a manifestarse en México una situación difícil en la industria radiofónica. Esto originó que a partir de 1993 se diera una fuerte disputa comercial entre los diversos grupos radiofónicos por captar el mayor porcentaje posible de la inversión publicitaria dirigida a este medio. La disputa se manifestó inicialmente en el cambio de formato de varias emisoras que buscaban con ello atraer anunciantes mediante una programación que ya había mostrado ser atractiva en otras emisoras. La "música grupera", la "música moderna en español" y la "radio hablada"- esta último en el caso de las estaciones de AM- fueron los géneros a los que en mayor medida se recurrió dentro de esos cambios de formato.

La Radiodifusión Sonora Digital, o DAB (Digital Audio Broadcasting), tiene calidad de sonido similar a la del compact disc, señal resistente a las distorsiones y puede difundirse a receptores fijos o móviles entre otras muchas ventajas. Cuando empiezan a conocerse las primeras noticias sobre la radiodifusión sonora digital, los radiodifusores mexicanos agrupados en la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), se entusiasman por las posibilidades de esta tecnología que ha llegado a denominarse "la radio del futuro". En 1992, la CIRT inició un estrecho acercamiento consorcios europeos e incluso solicitó su ingreso a uno de ellos como "socio B", es decir con representación en el consejo directivo aunque sin derecho a voto. Asimismo, la CIRT promovió en coordinación con la

Secretaría de Comunicaciones y Transportes la realización de experimentos de DAB en México. Entre el 26 de abril y el 7 de mayo de 1993 se llevaron a cabo en la Ciudad de México pruebas del sistema Eureka 147 con el auspicio de la CIRT y la Asociación de Radiodifusores de Canadá, país interesado en usar ese sistema, las cuales fueron exitosas.

Hasta ese momento parecía que los radiodifusores mexicanos impulsarían decididamente el sistema europeo de radiodifusión digital. Sin embargo, en ese mismo año logra consolidarse dentro del gremio una fuerte oposición al Eureka 147 promovida especialmente por los radiodifusores del norte del país que frena el entusiasta impulso inicial que dio la CIRT a este sistema. La oposición de los radiodifusores de la frontera norte se fundamenta en que, a su juicio, sería un gran problema para la radiodifusión fronteriza la existencia de un sistema como el Eureka 147 que no puede ser utilizado en Estados Unidos, pues una gran parte del auditorio y del mercado publicitario de las emisoras mexicanas ubicadas en esa zona se localiza en la parte sur del territorio estadounidense.

En octubre de 1993, la CIRT tomó la decisión de no asumir ningún compromiso con los sistemas de DAB existentes. En su Asamblea General de ese año, la cámara de los radiodifusores mexicanos determina que con relación a la DAB seguiría de cerca los desarrollos de esta tecnología sin tomar en la actualidad una decisión definitiva sobre ninguno de los dos sistemas, esperando que para los próximos dos años ya existan datos concretos que permitan a México fijar su posición sobre la radiodifusión sonora digital.

En 1996, la CIRT no tomó ninguna decisión acerca del sistema de radio DAB que apoyaría. En contraste, el sistema Eureka 147 había iniciado ya operaciones cotidianas en varios países de Europa.

Así durante los 90, para su administración y fundamentalmente para la comercialización de sus espacios, las radiodifusoras mexicanas se organizan, en

su gran mayoría, en grupos que de manera directa, como concesionarios, o indirecta, como representantes, se ocupan de operarlas. Esta forma de organización radiofónica, que tiene su origen en los años cuarenta con la constitución de las cadenas, dieron lugar a la formación de poderosos grupos que controlan a la mayor parte de las estaciones comerciales del país.

La formación de alianzas comerciales entre grupos radiofónicos fue otro de los efectos que conllevó la difícil situación económica en la que cayó la industria radiofónica, como consecuencia de la caída en la captación de inversión publicitaria. Estas alianzas tuvieron el objetivo de ofrecer a los anunciantes paquetes publicitarios conformados por spots que pudieran ser transmitidos por un número mayor de estaciones y, por lo tanto, estuvieran en posibilidad de llegar a más personas; es decir que, por ejemplo, un grupo que tuviera tres estaciones podría establecer una alianza comercial con otro que tuviera cuatro emisoras, para así ofrecer un paquete publicitario que incluyera la difusión de anuncios comerciales a través de siete radiodifusoras. En este tipo de alianzas no hubo fusión de capitales ni compraventa de acciones.

En cuanto a la televisión en la década de los 90, los siguientes son los acontecimientos más importantes El 26 de enero de 1991, un grupo de 800 intelectuales solicitó al presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 no fuera vendido y en cambio fuera transformado en una televisora cultural. Salinas respondió afirmativamente el 21 de febrero. El 23 de junio de 1993, salió al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT.

El 19 de marzo el gobierno dio a conocer que el constructor de los satélites Solidaridad sería la empresa Hughes Communications, también fabricante de los Morelos, y el 19 de julio se anuncia que la empresa Arianespace había ganado la licitación pública convocada por el gobierno mexicano y sería la encargada de poner en órbita los satélites Solidaridad desde Kourou, Guyana Francesa.

La Unidad de Televisión Educativa (UTE) inició en 1992, la transmisión de la telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. En 1993 puso en marcha su proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la república.

El 10 de marzo de 1993 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes publicó en el *Diario Oficial* una "primera notificación" dirigida a la compañía Sistema de Comunicación Televisiva de Alta Definición, S.A. de C.V., filial de Televisa, en la cual se le informa que su solicitud de concesión para operar dos canales de TVAD había resultado favorablemente dictaminada. A pesar de haber realizado pruebas exitosas y de haber obtenido virtualmente la concesión para operar comercialmente la TVAD, Televisa, por razones técnicas y económicas, suspendió el inicio de las transmisiones en formato de alta definición.

Asimismo, se creó el Centro Mexicano de Educación en Salud por Televisión (CEMESATEL), de la Secretaría de Salud, que interconecta a hospitales e instituciones de este sector mediante videoconferencias, imágenes de intervenciones quirúrgicas y programas de educación médica.

El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasó nuevamente al sector privado. Es así como, junto con el canal 13 y su red nacional, son "desincorporados" el Canal 7 con sus repetidoras en la República y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la "desincorporación" el gobierno debe regularizar la situación legal de los canales, el Gobierno crea, entonces, una serie de empresas paraestatales –la más grande llamada Televisión Azteca-- para que se conviertan

en concesionarias de los canales que conforman las redes, al final puso a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7).

La privatización de los que fueran canales del Estado se realizó después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participaron cuatro sociedades empresariales y en el cual resulta elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego, el grupo adquiriente paga alrededor de 650 millones de dólares por un "paquete de medios" que incluyó, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal.

En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevaría el nombre de TV Azteca, en medio de escándalos de un presunto lavado de dinero por parte de Raúl Salinas de Gortari, hermano del entonces Presidente Carlos Salinas de Gortari, en la compra-venta del paquete mediático. Sin embargo, la operación se consumó sin ningún problema, evidenciando una vez más la estrecha relación entre el gobierno y los medios de comunicación.

En marzo de 1994, Televisa anunciaba su proyecto de iniciar el servicio de televisión vía satélite directa al hogar, conocido como Direct to Home o DTH. Se trataba de un nuevo sistema que permite la transmisión de señales de TV a los hogares directamente desde un satélite, el servicio se proporcionaría a través del satélite PAS III, de la empresa Panamsat, en el cual Televisa rentaría 8 traspondedores a un costo de 24 millones de dólares anuales. Se planeaba colocar en órbita este satélite a finales de noviembre o principios de diciembre de 1994. Sin embargo, su iniciación se ve frustrada debido a que el satélite PAS III no pudo ser colocado en órbita en diciembre de 1994.

El 7 de octubre de 1994, el satélite Solidaridad II es colocado en órbita. Construido también por la empresa Hughes Communications fue enviado al espacio, desde Guyana Francesa, a bordo de un cohete de la compañía Ariane.

El 6 de octubre el *Diario Oficial* informó que la empresa Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., filial de Televisa, había obtenido la concesión para operar una red de 62 canales de TV distribuidos en 28 estados del país. En realidad la concesión había sido otorgada desde el 8 de marzo de 1994, según se establecía en el decreto aparecido en el periódico gubernamental, pero fue hasta siete meses después que el hecho trascendió hasta lo público y cuya vigencia sería de 16 años.

En enero pero de 1995, apenas en el segundo mes de su gestión, el gobierno zedillista decidió reformar el artículo 28 constitucional con el fin de que la comunicación vía satélite dejara de ser considerada legalmente como "una actividad estratégica exclusiva del Estado" (como había sido definida por el gobierno lamadridista en diciembre de 1982) y pasara a ser una "actividad prioritaria" en donde en consecuencia se permitiría que el capital privado participara en la propiedad y operación de esos artefactos espaciales. La iniciativa presidencial fue aprobada por el Congreso de la Unión, con el apoyo de los partidos PRI y PAN.

En mayo, el Congreso de la Unión aprobaba, nuevamente con el voto favorable los partidos mencionados, una Ley Federal de Telecomunicaciones en la que se establecían las condiciones para que el capital privado participara en la comunicación por satélite, actividad que había sido hasta ese momento exclusiva del Estado. La nueva ley establecía entre otras cosas, que el gobierno federal, a

través de la SCT, pudiera concesionar a empresas privadas la ocupación y la explotación de posiciones orbitales asignadas a México.

La Ley Federal de Telecomunicaciones fue aprobada por el Congreso de La unión el 18 de mayo de 1995 y publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de junio del mismo año, y con ello, el gobierno otorga a los concesionarios las facilidades de incursionar incluso en la actividad satelital con todos los beneficios posibles.

El 9 de marzo las empresas Hughes Communications, de los Estados Unidos, Organización Cisneros, de Venezuela, Televisión Abril, de nacionalidad brasileña, y MVS Multivisión, de México, dieron a conocer la formación del consorcio Galaxy Latin América. Se trataba de una alianza estratégica para lanzar al mercado DirecTV; un servicio de televisión vía satélite "directo al hogar" (DTH) con cobertura latinoamericana. El inicio de operaciones se produjo en junio de 1994.

El 19 de junio inició sus transmisiones formales el Canal 40 del Distrito Federal: una nueva opción en la banda de frecuencias ultraelevadas (UHF). La concesión para operar este canal fue obtenida el 23 de septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCO), propiedad del empresario Javier Moreno Valle. Sus transmisiones de prueba se iniciaron el 5 de diciembre de 1994, operado por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCO, y con el lema "CNI Canal 40, la realidad en televisión" ofrecía al teleauditorio una programación cuyo acento está puesto en los temas de tipo periodístico y noticioso.

Ante la solidez mostrada por el proyecto DirecTV, el consorcio mexicano Televisa, el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O'Globo y la compañía Tele Communications Internacional Inc. (TCI), la operadora de sistemas de cable más grande de Estados Unidos, decidieron unir esfuerzos y firmaron el 20 de noviembre de 1995 un convenio para prestar de manera conjunta el servicio de televisión directa vía satélite, o DTH, en Latinoamérica. El nombre que se asignó a este nuevo proyecto es el de Sky y se planeó que comenzara a funcionar en el segundo semestre de 1996.

Al concluir 1995, según menciona Fernando Mejía Barquera<sup>24</sup>, México contaba con una estructura para la transmisión de señales de televisión que se resume de la siguiente manera: un total de telehogares estimado en 15.5 millones; una cifra de canales de TV abierta estimada en 561 estaciones en operación; 143 sistemas de televisión por cable; 21 concesiones otorgadas para operar el servicio de TV pagada por microondas conocido como MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System, o Sistema de Distribución Multicanal Multipunto) y un total de 257 estaciones terrenas para comunicación vía satélite.

Televisa contaba con cuatro cadenas nacionales de televisión identificadas con el número de la estación "ancla" de cada una de ellas en la ciudad de México: Canal 2, Canal 5, Canal 4 y Canal 9. En conjunto las cuatro cadenas incluyen 298 estaciones en la República. Al concluir 1995, TV Azteca aún no lograba poner en funcionamiento la totalidad de los canales de televisión obtenidos para las redes nacionales 7 y 13 (78 para el primero y 90 para el segundo). Sin embargo, gracias a la instalación de transmisores nuevos en puntos estratégicos del territorio nacional había logrado una cobertura importante. Al finalizar 1995, el Canal 13 tenía una red de 54 estaciones que cubría 14.2 millones de telehogares, mientras que el 7 contaba con una red de 37 estaciones con las cuales cubría 11.8 millones de hogares.

---

<sup>24</sup> Fernando Mejía Barquera en *Historia mínima de la televisión mexicana*, En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).



Así, en los años subsecuentes, fue evidente el crecimiento en el número de canales concesionados y la disminución de los permisionados. Como resultado, por una lado, de la privatización de los canales que formaban las redes nacionales 7 y 13 de Imevisión, y por otro, del otorgamiento de nuevas concesiones a empresas privadas de TV, especialmente al consorcio Televisa, con 62 nuevas concesiones en octubre de 1994, estos factores influyeron para que, los canales concesionados aumentaran y, en contraparte, los permisionados disminuyeran.

Por otra parte, en 1995, la industria de la TV por cable presentaba problemas en su desarrollo debido principalmente a la crisis económica que afectaba el poder adquisitivo de los suscriptores y a la consolidación de otros sistemas de TV pagada, específicamente el denominado MMDS.

Retomando la historia de la radio, debemos decir que a partir de 1994-1995 existieron algunas operaciones de compraventa de radiodifusoras, o bien de fusiones de capital, en las que intervinieron varios de los grupos radiofónicos más importantes del país, afianzando las relaciones entre los más poderosos concesionarios.

Sin embargo ya en tiempos más recientes, los primeros meses del 2000, fusiones como las de Grupo ACIR y Televisa Radio no fueron permitidas, puesto que a las dos empresas se les acusó de prácticas monopólicas, y la Comisión Federal de Competencia impidió esta alianza, igualmente la industria de la televisión sufre de problemas financieros, por lo cual Televisa se ve obligada a realizar reestructuraciones como la venta de acciones del grupo Telesistema, ingresando a éste accionistas como el hombre más rico de Latinoamérica, Carlos Slim además de María Asunción Aramburuzabala, también dueña de una importante empresa cervecera. En estos cambios ocurre también la desaparición del sistema de noticias ECO y la venta de propiedades como el yate del mismo nombre ECO.

Con la llegada del nuevo gobierno, encabezada por un partido de oposición, en el año 2000, Vicente Fox prometió revisar la relación Estado-Medios, incluyendo la Ley Federal de Radio y Televisión (1960) y el reglamento expedido en 1973.

Para ello el 7 febrero del 2001, el gobierno propuso se instalara el Consejo Nacional de Radio y Televisión, pero nuevamente es coartado por los concesionarios, quienes el 6 de marzo del mismo año, instalaban el Consejo de Autorregulación, para desde su perspectiva reemplazar en cierta medida al Consejo Nacional de Radio y Televisión. Ante el descontento de académicos, periodistas y sociedad civil por la acción de los agremiados de la CIRT, el gobierno propone crear la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos “que se instaló en marzo con la participación de más de 40 organizaciones empresariales, sociales, académicas, así como partidos, legisladores e instituciones de gobierno... se trató de un trabajo sistemático que arrojó numerosas propuestas... ya se habían realizado más de 70 sesiones”<sup>25</sup>

Con el hecho anterior comienza a vislumbrarse un nuevo reacomodo en la relación gobierno-medios de comunicación, pues con un nuevo partido en el poder, la relación se torna cada vez más visible, por lo que se podría afirmar que ya no es cuestión de personajes, sino de instituciones.

Siguiendo con la nueva relación, en el año 2002, sorpresivamente y durante la segunda semana de octubre, en su reunión anual, no sólo Televisa, sino los agrupados en la CIRT, consiguieron que Vicente Fox, utilizara su poder presidencial para disminuir sin más consentimiento que el suyo, el impuesto de 12.5 a 1.5 por ciento del tiempo fiscal de sus transmisiones, que en la práctica, le arrebataron al Estado tres horas diarias, quedando como sigue: "artículo 1º .... fracción I. Los concesionarios que tengan calidad de responsables solidarios del pago de dicho impuesto y, por tanto como terceros interesados en el cumplimiento

---

<sup>25</sup> Álvaro Delgado en Revista *Proceso*, No. 1354, 13 de octubre de 2002 página 14.

de esa obligación pagarán la contribución que se menciona con 18 minutos diarios de transmisión en el caso de las estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio..."<sup>26</sup>

Además de condonarles los impuestos en especie de 12.5 por ciento de tiempo de sus transmisiones, el reglamento modificaba la composición del Consejo Nacional de Radio y Televisión, consiguiendo con ello, una vez más imponer sus intereses, puesto que el nuevo reglamento contempla en la fracción VI del artículo 49 del título séptimo, promover la tan mencionada autorregulación de los medios propuesta por los industriales de los medios.

Ese mismo 10 de octubre de 2002, en una sorpresiva e inusual edición vespertina del Diario Oficial de la Federación aparece publicado el nuevo "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión", donde Vicente Fox, utilizó su cargo y su poder para abrogar sin más consentimiento que el suyo, el reglamento expedido en 1973. Una maniobra legal, pero no legítima, pues con ella dejaba fuera de la jugada" al poder legislativo, por lo que integrantes de éste, partidos políticos, así como miembros de la sociedad civil anunciaron que interpondrían una controversia constitucional.

Así, en un gesto de complicidad con los concesionarios, el secretario de Gobernación y el propio presidente de la República, se abrogaba el reglamento vigente y promulgaba "su reglamento" que en suma cambia la composición del Consejo Nacional de Radio y Televisión y deroga el impuesto de 12.5 por ciento utilizado como tiempo fiscal, en un hecho que constituyó una burla para los legisladores, los grupos académicos, la sociedad civil y las organizaciones que participaban de manera conjunta en una reforma consensada y pensada durante más de un año.

---

<sup>26</sup> "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión", en el Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre de 2002 edición vespertina página 13.

También en el nuevo reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión (10 de octubre de 2002), se disponía que el Secretario Técnico del Consejo Nacional de Radio y Televisión, sería el titular de RTC. Éste sería un miembro permanente de este organismo y siguiendo con “las novedades” se promueve la participación de la sociedad en el “cambio de los medios”, este organismo se *ciudadaniza* integrando a un representante de la sociedad civil, con voz, pero sin voto.

Posteriormente el 7 de noviembre, continuando con la supuesta reforma de los medios del presidente, como citaba el boletín de prensa de la Secretaría de Gobernación, se instalaba el Consejo Nacional de Radio y Televisión. “Durante la ceremonia de instalación efectuada en el Salón Juárez de dicha dependencia, Creel Miranda resaltó que los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en el proceso democrático y político de nuestro país, en particular, los medios de comunicación electrónicos, que son la principal fuente de difusión de la información y de entretenimiento para toda la población. Destacó, ante los secretarios de Educación Pública, y de Comunicaciones y Transportes, Reyes Tamés Guerra y Pedro Cerisola Weber que este Consejo, será desde hoy una entidad coadyuvante, un instrumento de orientación y, nunca, subrayó, de imposición; es una herramienta de asesoría para que el Ejecutivo Federal preste un mejor servicio en la regulación y en la superación de la radio y de la televisión en beneficio de la sociedad”<sup>27</sup>

Es así como la sinopsis anterior nos permite ver cómo los concesionarios siempre han pugnado de manera velada por contar con una autorregulación, que les permita llevar adelante su proyecto fuera del alcance legal del gobierno, el cual demasiado tarde intentó “alinearse” a los concesionarios hacia el régimen jurídico, pues como señala el editorialista Ricardo Alemán: “los medios, los concesionarios

---

<sup>27</sup> Boletín no 439/02. Secretaría de Gobernación 7 de noviembre de 2002.

parecen más poderosos que cualquiera de los tres poderes o que todos juntos; incluso con más poder que el Estado”<sup>28</sup>

Pero aún faltaba más en ese año: a sólo cuatro días de concluir el 2002, se suscitaba un conflicto de intereses entre concesionarios, por la señal de Canal 40, CNI y Televisión Azteca. Después de más de dos años de reclamos por un contrato incumplido por parte de la primera, y diversos veredictos que cada uno interpreta a su favor, la televisora del Ajusco tomaba la justicia en sus manos y “confiscaba” las instalaciones del Canal de Javier Moreno Valle, por lo que bloqueó la señal.

Ante la situación anterior el gobierno entró en acción 10 días después del inicio de la toma; pero cabe señalar que dicha acción se debió a la presión ejercida por periodistas, intelectuales, académicos y trabajadores de la misma televisora. La respuesta por parte del gobierno fue tibia y sin sanciones hacia la televisora que invadió la frecuencia de la otra; los concesionarios se hacían justicia por su propia mano y más cuando el presidente en turno de la CIRT, era directivo de TV Azteca.

Así pues, ¿Quiénes han sido los que dictan la nueva política, quiénes son aquellos capaces de presionar para que un presidente dicte leyes con su consentimiento?

Son los concesionarios de la radio y la televisión, agrupados en la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión. La siguiente es su historia.

---

<sup>28</sup> Ricardo Alemán, periódico El Universal sábado 12 de octubre de 2002. Pág. 24A

## 1.2 Breve historia de la formación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)

Hemos señalado que en México los industriales mediáticos han conseguido imponer su voluntad y sus acuerdos durante décadas, lo cual no sería posible de no existir la colaboración y complacencia del gobierno, que ha cedido en numerosas ocasiones a medidas favorables a sus intereses.

El Consejo de Autorregulación es otra más de las acciones complacientes del gobierno, pues los integrantes de la CIRT han pugnado por esta modalidad a través de sus voces y presiones unidas pero, ¿cómo es que han podido lograr imponer sus objetivos? Valiéndose de su organización, reunidos en la Cámara de la Industria de Radio y Televisión, la cual ha jugado un papel fundamental en el manejo de la relación gobierno-medios de comunicación. La siguiente es, a grandes rasgos, la historia de esta institución.

A partir del cardenismo se establece por medio de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, que los diferentes sectores industriales se agruparan en Cámaras, todo ello con tal de que, estas colaboren de manera estrecha con el Gobierno, además para buscar beneficio y mejoramiento recíproco. Para ello se crearían estructuras propias y se elegirían funcionarios que las dirijiesen. La industria de la radio y la televisión no fue la excepción, y su actual agrupación como ya señalamos, es la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión.

La historia de la fundación del organismo tuvo sus orígenes en el interés por agruparse de siete radiodifusoras: la “ XET de Monterrey, XEU de Veracruz, XEFW de Tampico, XECZ de San Luis Potosí, XED de Guadalajara, XEJ de Ciudad Juárez, XETF de Veracruz”<sup>29</sup>, las que se reunieron el 27 de febrero de

---

<sup>29</sup>Jorge Mejía Prieto. *Historia de la radio y la televisión en México* Octavio Colmenares Editor p. 236.

1937, en la ciudad de México, para fundar la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER).

“La mesa directiva quedó encabezada por el señor Clemente Serna Martínez como presidente; el ingeniero Roberto Meneses como secretario; Fernando Pazos como tesorero; Mario Bozzano como primer vocal; como segundo vocal José Rodríguez López; como vocal, José Expedito Martínez y como cuarto vocal Adolfo Juárez, y es el 20 de abril del mismo año que tuvieron su primera reunión”.<sup>30</sup>

El 11 de junio de 1937 se llevó a cabo la Convención Nacional. Cuando ésta finalizó se creó una nueva organización denominada Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC), la cual estaba presidida por el doctor Luis de la Rosa.

En 1939, con el registro de la AMERC en la Cámara de Transportes y Comunicaciones, se creó la Sección de Radiodifusión. El 15 de noviembre de 1941, la Dirección General de Comercio e Industria, dependiente de la Secretaría de Economía Nacional, aprobó la constitución de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR); su primer presidente fue el señor Emilio Azcárraga Vidaurreta.

En 1970, siendo presidente el Sr. Joaquín Vargas Gómez, se creó el actual nombre de la agrupación Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y ya en 1971, se creó el actual logotipo que incluye las siglas CIRT.

Es así como se constituyó esta cámara integrada por los concesionarios, ¿cuáles son las funciones de esta agrupación?

De acuerdo con la información oficial de la propia Cámara<sup>31</sup> son las siguientes:

---

<sup>30</sup> Jorge Mejía Prieto. *Historia de la Radio y la Televisión en México* Octavio Colmenares Editor. p. 238.

<sup>31</sup> En la página web [www.cirt.org.mx](http://www.cirt.org.mx).

- Representar los intereses generales de la industria y de las empresas que la constituyen.
- Estudiar todas las cuestiones que afecten a las actividades industriales de sus miembros y proveer las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas.
- Participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios sin más limitaciones que las señaladas por la ley.
- Ser órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades de la actividad industrial que la constituyen.
- Ejercer el derecho de petición, haciendo las representaciones necesarias ante las Autoridades Federales de los Estados y los Municipios de la República y solicitar de ellas, según el caso, la expedición o modificación o derogación de las leyes y disposiciones administrativas que afecten a la actividad industrial que la constituyen.
- Actuar por medio de la comisión designada para este fin, como árbitro o arbitrador en los conflictos ante sus socios, si estos se someten a la Cámara por compromiso que ante ella se depositará y que podrá formularse en escrito privado.
- Desempeñar, de conformidad con las disposiciones aplicables, la sindicatura en las quiebras de industriales inscritos en ella.
- Designar a las personas que deban representar los intereses de la industria, en el seno de las comisiones u organismos constituidos por el



gobierno, en cuyo funcionamiento o integración hayan de intervenir las Cámaras.

- Realizar todas las demás funciones que señala la Ley y los Estatutos de la CIRT, así como las que se deriven de la naturaleza propia de la institución”.

Para realizar sus funciones, la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión tiene una estructura directiva, la cual se puede consultar en el apartado de anexos.

Lo que sí es importante para esta investigación es mencionar quiénes han sido los dirigentes de esta agrupación, pues al citarlos, podremos observar que se trata de personalidades influyentes, miembros de los grupos más poderosos del sector, y que casi todos coincidentemente pertenecen a los consorcios de medios radicados en el Distrito Federal.

### **Presidentes de la CIRT**

#### **Comité Ejecutivo**

Emilio Azcárraga Vidaurreta	1941-1946
Emilio Ballí	1946-1947

#### **A partir de esta fecha se denomina Consejo Directivo**

Guillermo González Camarena	1947-1948
Luis de la Rosa	1948-1950
Arnoldo Baeza y Aceves	1950-1952
Luis de la Rosa	1952-1954
Arnoldo Baeza y Aceves	1954-1957

Fernando Sánchez Ayala	1957-1959
Guillermo Morales Blumenkron	1959-1961
José Luis Fernández Soto	1961-1962
E. Guillermo Salas Peyró	1962-1963
Rafael Riva Palacio	1963-1964
Francisco Ibarra López	1964-1966
Guillermo Morales Blumenkron	1966-1968
Antonio R. Cabrera	1968-1970
Joaquín Vargas Gómez	1970-1971
Carlos Flores Álvarez	1971-1972
Arturo Zorrilla Martínez	1972-1973
Emilio Nassar Hamze	1973-1975
Clemente Serna Alvear	1975-1977
José Luis Fernández Herrera	1977-1979
Luis Ignacio Santibáñez Flores	1979-1981
Juan José Espejo Puente	1981-1983
José Laris Rodríguez	1983-1985
José Luis Rodríguez Ibarra	1985-1986
Julio E. Velarde Achucarro	1986-1988
Casio Carlos Narváez Lidolf	1988-1990
Adrián Aguirre Gómez	1990-1992
T. Javier Pérez De Anda	1992-1994
Raúl F. Aréchiga Espinosa	1994-1996
Emilio Nassar Rodríguez	1996-1998
F. Javier Sánchez Campuzano	1998-1999
Joaquín Vargas Guajardo	1999-2001
Bernardo Gómez Martínez	2001-
Jorge Mendoza Garza	2002

### **Consejo Consultivo**

### **Consejo Nacional**

Enrique Serna Martínez	1949-1951
Fernando Pazos Sosa	1951-1953
Enrique Serna Martínez	1953-1954
Rafael Cutberto Navarro	1954-1955
Jesús D. González	1955-1958
J. Remigio Agraz	1958-1961
Luis Enrique Enciso Clark	1961-1963
Raúl R. González	1963-1966
Alberto Jaubert Agüero	1966-1969
Clemente Serna Alvear	1969-1971

### **A partir de esta fecha se denomina Consejo Consultivo**

Andrés García Lavín	1971-1973
Fernando Pazos de la Torre	1973-1975
Mario Enrique Mayans Concha	1975-1977
Oscar Pérez Escobosa	1977-1979
Alberto Brunell Meneses	1979-1981
José Laris Rodríguez	1981-1983
Jorge A. Gámez González	1983-1985
Alfredo Romo Barrón	1985-1987
Casio Carlos Narváez Lidolf	1987-1988

Luis Aviña Ayala	1988-1990
Humberto Barbosa López	1990-1992
Raúl F. Aréchiga Espinosa	1992-1994
Emilio Nassar Rodríguez	1994-1996
Marco Antonio Contreras Santoscoy	1996-1998
Alejandro García Gamboa	1998-2000
Roque Chávez López	2000-2002 <sup>32</sup>

Como ya se anotó antes, en la XLIV semana Nacional de la Radio y la Televisión, reunida en octubre del 2002, los concesionarios consiguieron que el presidente Vicente Fox, dejando de lado todas las instancias pertinentes, redujera el tiempo fiscal de un 12.5 a un 1.5 por ciento del total de sus transmisiones, y además, que abrogara súbitamente el Reglamento de Radio y Televisión de 1973, para presentar otro de claro favoritismo hacia los concesionarios de los medios. Sin embargo, en ese momento, los otros integrantes de los poderes de la Federación declararon que interpondrían una controversia constitucional ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

Acerca de los nuevos dirigentes de la CIRT, electos en ese mismo octubre del 2002, *El Universal* publicaba lo siguiente: “por votación unánime y a puerta cerrada, Jorge Mendoza Garza fue elegido Presidente de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), en sustitución de Bernardo Gómez quien deja el cargo un año antes de concluir su período 2001-2003... el empresario radiofónico Francisco Ibarra encabeza el nuevo Consejo Directivo, acompañado entre otros de Joaquín Vargas, José Pérez, Jesús Dionisio González, Rogerio Azcárraga y Javier Toussaint. Ricardo Azcárraga es el nuevo

---

<sup>32</sup> En la página [www.cirt.org.mx](http://www.cirt.org.mx).

secretario; el tesorero es Federico Bracamontes y Carlos Sanabria, el coordinador de delegados”.<sup>33</sup>

La CIRT publica en su página en internet el siguiente directorio:

### CONSEJO DIRECTIVO

2002-2003

PRESIDENTE:	LIC. JORGE MENDOZA GARZA
1er. VICEPRESIDENTE:	SR. FRANCISCO IBARRA LÓPEZ
VICEPRESIDENTE:	LIC. JOAQUÍN VARGAS GUAJARDO
VICEPRESIDENTE:	LIC. FÉLIX ARAUJO RAMÍREZ
VICEPRESIDENTE:	LIC. ROGERIO AZCÁRRAGA MADERO
VICEPRESIDENTE:	LIC. CARLOS AGUIRRE GÓMEZ
VICEPRESIDENTE:	SR. EDILBERTO HUESCA PERROTÍN
VICEPRESIDENTE:	LIC. CASIO CARLOS NARVÁEZ LIDOLF
VICEPRESIDENTE:	C.P. JOSÉ PÉREZ RAMÍREZ

<sup>33</sup> Angelina Mejía Guerrero “ Presidirá Jorge Mendoza Garza a los industriales de radio y TV” en *El Universal* Sábado 12 de octubre de 2002 página A8.

SECRETARIO:	LIC. EDUARDO SÁNCHEZ HERNÁNDEZ
PROSECRETARIO:	LIC. JAVIER OROZCO GÓMEZ
TESORERO:	SR. JAVIER TOUSSAINT RIBOT
PROTESORERO:	LIC. JOAQUÍN ARRANGOIZ ORVAÑANOS
CONSEJERO:	LIC. ERNESTO VIDAL CÓRDOVA
CONSEJERO:	LIC. CARLOS QUIÑONES ARMENDÁRIZ
CONSEJERO.	LIC. FRANCISCO JAVIER FIMBRES DURAZO
CONSEJERO:	LIC. JESÚS D. GONZÁLEZ ALBUERNE
CONSEJERO:	ING. LEONARDO RAMOS MATEOS
CONSEJERO:	LIC. FRANCISCO GARCÍA AMBRIZ
CONSEJERO:	LIC. CARLOS FERRÁEZ CENTENO
CONSEJERO:	SEN. ARACELY ESCALANTE JASSO
CONSEJERO:	LIC. FRANCISCO JAVIER FERNÁNDEZ PRIETO
CONSEJERA:	LIC. KAREN SÁNCHEZ ABBOTT

CONSEJERO:	LIC. GUIDO FERNANDO ORTIZ MURILLO
CONSEJERO:	LIC. LUIS CARLOS MENDIOLA CODINA
CONSEJERO:	LIC. FRANCISCO SAN MILLÁN AGUIRRE
AUDITOR PROPIETARIO:	LIC. JAVIER PÉREZ DE ANDA
AUDITOR SUPLENTE:	LIC. ARTURO ZORRILLA MARTÍNEZ

Así, a través de una trayectoria gremial de más de 60 años, los concesionarios se han agrupado para defender y obtener beneficios de la industria de la radio y la televisión.

En el siguiente apartado se revisará esa historia: cómo los concesionarios de un grupo de presión se convirtieron en un grupo en el poder.

### **1.3 Los concesionarios de radio y TV: de grupo de presión a grupo en el poder**

En este apartado revisaremos cómo los concesionarios de radio y televisión en México se transformaron de un grupo de presión, a un grupo que se encuentra inmerso en el poder, desde donde influyen de modo importante en la política gubernamental hacia los medios electrónicos. Lo anterior no hubiera sido posible sin la estrecha “cooperación” de los gobiernos en turno, especialmente con la administración actual de Vicente Fox.

Como ya vimos, los manejadores de los medios de comunicación se han agrupado para defender y conservar sus privilegios. El siguiente es el proceso mediante el cual este sector se ha convertido en un grupo de poder, y cómo convivieron de manera velada en las altas esferas de poder con los gobiernos revolucionarios emanados del PRI, así como su nueva relación Ejecutivo-poder-concesionarios con el gobierno panista, el la cual las complicidades y acuerdos se realizan cínicamente.

Pero para entender este apartado, donde se señala cómo los concesionarios han ocupado posiciones muy importantes, conviene aclarar las definiciones de grupo de presión y grupo de poder. Así pues, según Jacqueline B. Celis, investigadora en ciencia política, tenemos lo siguiente:

“Grupo de presión: Eckstein lo define como una politización de intereses o valores”<sup>34</sup>.

Jacqueline B. De Celis también dice “los grupos de presión al trasladar al plano político las necesidades(...) se hallan en estrecha relación con la infraestructura

---

<sup>34</sup> Jacqueline B. De Celis. *Los grupos de presión en las democracias contemporáneas. Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos*. Madrid, Ed. Tecnos p. 28.



económico social, mientras que su desenvolvimiento como grupos de presión depende de las condiciones dadas por el régimen.”<sup>35</sup>

Aclaremos un poco más el concepto de grupo de presión y sigamos retomando las apreciaciones De Celis, quien señala que el concepto “grupo de presión” se utilizó por primera vez en las elecciones de Estados Unidos entre 1918 y 1928, para señalar la influencia de poderosos grupos económicos en este proceso electoral. El término se conservaría a través del tiempo, pero con un sentido peyorativo.

A partir de lo expuesto por la autora ya mencionada podemos concluir que los grupos de presión son el conjunto de individuos con poder, que poseen características en común, que saben que las poseen y se sienten lo bastante ligados por éstas, para adoptar a partir de las mismas una posición concreta y dinámica para influir en la vida social, proteger sus intereses. Además utilizan todos los medios o fuerzas económicas, sociales e ideológicas para influir sobre el aparato decisonal. Cabe señalar también que utilizan toda su fuerza dinámica para integrarse a la realidad como fuerza de acción.

Una puntualización más completa es la que ofrece Carlos Fernando Castañeda Castro, licenciado en Ciencia Política quien señala: “los grupos de presión son cualquier tipo de organización que sin el propósito de alcanzar el gobierno, influyen sobre él para la defensa de sus intereses. Entre los tipos de organización tenemos a los gremios empresariales y profesionales; los sindicatos, empresas, confesiones religiosas, entre otros. Algunos autores incluyen a las Fuerzas Armadas y algunas entidades públicas”.<sup>36</sup>,

Castañeda Castro además agrega que “el objeto básico de los grupos de presión es la defensa de sus intereses, estos pueden ser materiales (económicos,

---

<sup>35</sup> Jacqueline B. De Celis. *Los grupos de presión en las democracias contemporáneas. Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos*. Madrid, Ed. Tecnos p. 28

<sup>36</sup> En [http://www.geocities.com/politikaperu/los\\_gp.html](http://www.geocities.com/politikaperu/los_gp.html)

contratos, concesiones, etc.) y subjetivos (ideales, valores, principios, creencias). Los grupos de presión tienen básicamente tres ejes de influencia: el gobierno, la opinión pública y los demás grupos de presión”<sup>37</sup>.

Para lograr sus objetivos, los grupos de presión cuentan con los elementos del poder que el mismo Castañeda define como “aquellas facultades o cualidades que les permite conseguir los objetivos propuestos en un contexto político específico.

Castañeda cita a Jean Meynauds a propósito de su clásico libro *“Los Grupos de Presión”* distingue dos elementos básicos de poder de los grupos de presión; por un lado, el número de sus miembros y por el otro, la capacidad financiera. Ambos elementos pueden funcionar complementaria o diferencialmente, en el sentido de que cada grupo de presión puede poseer uno u otro componente básico.

En cuanto al número de miembros, la capacidad persuasiva y negociadora de un grupo de presión pueden ser medida en función del número de miembros que aglutinen. Así, un sindicato puede poseer una capacidad de presión sobre sus eventuales competidores (gobierno, empresas), ya que podrían paralizar completamente ese ramo de actividad en la eventualidad de un conflicto

Otro elemento importante que hay que considerar es establecer cuál es la calidad de la adhesión de un grupo de presión y qué elementos pueden aglutinar a un grupo humano para actuar uniformemente en un contexto específico. Primero, la calidad de la adhesión es variable; según los ideales, objetivos e intereses de cada uno de los miembros vinculados. Esto significa que, ante las múltiples dimensiones del ser humano, éste elige a cuál de todas puede identificarse, lo que a veces acarrea desligarse de otros vínculos grupales. Aquí pues, juega un factor importante la visión del mundo y el interés específico de cada uno de los hombres que se adhieren a una causa.

---

<sup>37</sup> Carlos Fernando Castañeda Castro en [http://www.geocities.com/politikaperu/los\\_gp.html](http://www.geocities.com/politikaperu/los_gp.html)

La calidad de la adhesión puede medir el grado de afinidad a una idea o interés, la importancia que tiene para estos grupos organizados los objetivos que persiguen, y sobre todo la capacidad de respuesta ante la eventualidad de un conflicto.

Castañeda señala que “la capacidad financiera es otro elemento básico para conseguir aglutinar la cantidad de poder necesario para conseguir objetivos. Gozan de esta capacidad principalmente los gremios empresariales y los movimientos sindicales con vinculaciones extranjeras. La capacidad financiera, a veces por sí sola permite mejorar las posibilidades de los grupos de presión para conseguir objetivos; por ejemplo pueden colocar sus opiniones o comentarios en medios publicitarios, disponer de medios o espacios en medios masivos de comunicación, publicar y distribuir gratuitamente escritos y material diverso, llegando al extremo, si la situación le amerita, corromper con dinero u otro instrumento de valor la voluntad de funcionarios públicos y políticos” finaliza el especialista en Ciencia Política.

Una vez aclarado un poco más el concepto comencemos con esta recapitulación sobre la actuación de los concesionarios en la historia de los medios de comunicación en México.

La relación histórica de poder de los concesionarios, que se ha establecido en México, ha sido revisada por diversos autores como Fernando Mejía Barquera, quien señala: “Las actuales características, eminentemente comerciales de la radio y la televisión en México, tienen su explicación en la circunstancia que el Estado, debido a que se encontraba ocupado en resolver problemas económicos y políticos mucho más importantes, desatendió a la radiodifusión, o bien que, por no darse cuenta del potencial político y educativo de ella, cometió el error de dejarla en manos de los particulares”<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano*. Fundación Manuel Buendía p. 17

El mismo autor recalca lo siguiente: “Cuando se estableció en México la televisión, al mediar de este siglo, el Estado decidió entregarla a la gestión de los intereses privados. Advirtió tardíamente de la enorme fuerza de modelación representada por este medio de difusión colectiva, en la última década ha comenzado una búsqueda del tiempo perdido para tratar de lograr una participación mayor en el hacer televisivo”.<sup>39</sup>

Fátima Fernández Christlieb, también estudiosa de los medios de comunicación, dedica un capítulo de su libro Los medios de difusión masiva en México, a relatar la historia de los hombres del poder del país, la cual remonta hasta la época del porfiriato. Ella señala que “a principios de siglo, no existe en México una fuente de acumulación de capital, lo suficientemente desarrollada... el origen de los actuales medios de información se integra casi en su totalidad con capitales extranjeros”<sup>40</sup>

Fernández también señala que la poca participación del Estado en la industria mediática se da desde los años veinte. Pero esto también ocurría en otros países, tal y como lo señala Hugo Aznar, autor español: “el éxito del actual discurso neoliberal, se debe al papel de crisis que habían asumido los Estados tras la Segunda Guerra Mundial, en algunas de las esferas sociales, una de ellas la de los medios de comunicación.”<sup>41</sup>

Retomando lo que dice Fátima Fernández, se puede resaltar el hecho de que los grupos económicos que impulsarían, tanto la radio como la televisión, eran grupos que existían desde antes, y que son relevantes en materia económica desde principios del siglo, ya que al perder privilegios en la Revolución, buscan nuevas maneras de conservar su capital, ahora bajo las reglas de la Constitución de 1917, como la cigarrera “El Buen Tono”, de origen y capital francés.

---

<sup>39</sup> Fernando Mejía Barquera. La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano Fundación Manuel Buendía. p. 18

<sup>40</sup> Fátima Fernández Christlieb. Los Medios de Difusión Masiva en México Juan Pablos Editor p. 87

<sup>41</sup> Hugo Aznar Ética y periodismo. Códigos, Estatutos y otros documentos de Autorregulación Paidós p. 38

Coincidente con Fernando Mejía Barquera, Fátima Fernández señala que en el nuevo proyecto del nuevo Estado mexicano, no se contempla la atención a los nacientes medios de comunicación, primero la radio y posteriormente la televisión.

Los primeros intentos de organización por parte de los hombres del poder están en la “Liga Mexicana de Radio”, que como ya vimos, comienza como un club de aficionados, pero a partir de este se agrupan los cotos de poder. Además de tal asociación Fernández señala que, posteriormente los industriales de la radio se agruparon en el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros, que posteriormente al fusionarse los tres en uno solo, darán origen a lo que hoy es la actual Cámara de la Industria de Radio y Televisión.

La también estudiosa de la radio señala que: “la presentación de proposiciones detalladas para reglamentar jurídicamente la radiodifusión parecen dejar restablecido el carácter comercial que las emisoras privadas deciden implantar en la industria. Desde el primer proyecto de ley por ellas elaborado, es notoria la primacía que sus emisiones tendrán sobre las de carácter gubernamental”<sup>42</sup>

“La atención de Plutarco Elías Calles está ocupada en lograr la centralización política del país y en el enfrentamiento exitoso a las crisis económicas ya desatadas, los grandes capitales extranjeros existentes desde el porfiriato instalan la infraestructura de la actual industria radiofónica”<sup>43</sup> es lo que señala Fernández quien nuevamente retoma la ya mencionada idea de que “el Estado estaba ocupado en otros asuntos” y dejó la industria al arbitrio de los grupos privados.

Algunos de estos grupos, de los cuales se hace un recuento, son los Azcárraga y los Milmo, los que tenían capital proveniente de Inglaterra, y que al fusionarse dan origen al consorcio que un día pertenecería el magnate mediático Emilio Azcárraga Milmo, y cuya fortuna estaba fundada sobre las prósperas industrias porfiristas de los ferrocarriles y minería.

---

<sup>42</sup> Fátima Fernández. *Los Medios Masivos de Difusión en México*. Juan Pablos Editor p. 89

Pero no sólo en la radio se veía este fenómeno en el que los grupos acumulan el poder; en el caso de la televisión, ello se presenta mediante los decretos expedidos por Miguel Alemán, producto de convenciones privadas convocadas por organismos internacionales. Posteriormente durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortínez, el gobierno empezaría a tomar medidas jurídicas, pero siempre siguiendo la orientación y finalidad que los industriales habían trazado con los medios de comunicación.

Para enfatizar lo anterior, Fátima Fernández señala en el mencionado texto que la participación del Estado se redujo a la administración jurídica de una industria en donde las decisiones sobre operación y contenido han correspondido al capital monopolista internacional.

Una vez más se produce la intervención de los concesionarios en el mundo de los medios electrónicos, cuando el presidente Álvaro Obregón encarga a la Liga Central de Radio un proyecto que se encargue de conciliar los intereses privados y los generales en materia de comunicación, al mismo tiempo que señala Fernández, se firma el tratado de Bucareli, para resarcir a los capitales norteamericanos las pérdidas ocasionadas por la etapa revolucionaria y la Constitución del 1917.

El presidente Calles, también buscando reglamentar, se apoya en documentos parecidos en materia, de orden internacional, puesto que no se tenía idea de cómo regular la naciente industria de la comunicación.

La manera en que poco a poco los industriales de la radio van permeándose y adquiriendo terreno dentro del gobierno comienza a vislumbrarse cuando siendo Lázaro Cárdenas el presidente, obliga a los industriales agruparse en Cámaras para, según su propósito inicial, colaborar con éstos de manera paralela, sin

---

<sup>43</sup> Fátima Fernández. *Los medios masivos de difusión en México*. Juan Pablos Editor p. 90

embargo los industriales de la radio y posteriormente de la televisión interpretan tal medida como una escalera a la esfera del poder.

Posteriormente, con Ávila Camacho a la cabeza del gobierno, se inicia un apoyo al sector privado a través de políticas monetarias, fiscales, laborales y comerciales, las cuales por supuesto los industriales de la CIRT no desaprovechan.

Miguel Alemán es punto importante para el desarrollo de la industria, ya que su gobierno coincide con la dependencia de México hacia Estados Unidos, así como su interés personal por el naciente medio de comunicación, lo cual después se traduciría en la participación de su familia en grupo Televisa.

Los albores de lo que habría de ser un grupo de presión (los concesionarios) hacia el gobierno, se perciben cuando Adolfo Ruiz Cortines, Presidente en turno, hace vigilar los contenidos de los programas de televisión, por lo que los concesionarios le exigen mayor apertura, así como facilidades para la operación de lo que en ese entonces era Telesistema Mexicano (antecedente de Televisa).

Puntualiza Fátima Fernández “en la consecución de sus fines inmediatos, los industriales de la radio y la televisión ejercen presión sobre el Estado. Presión que será más intensa mientras más obligado se vea el Estado a ejercer su poder político frente a los industriales o a regular tensiones sociales mediante disposiciones de carácter legal”<sup>44</sup>.

Fátima Fernández también señala que “El Estado mexicano se ha visto periódicamente obligado a legitimar su poder frente a los industriales de la radio y la televisión, quienes debido a su ingerencia en el avance e incremento de los

---

<sup>44</sup> Fátima Fernández Christlieb. *Los Medios de Difusión Masiva en México* Juan Pablos Editor p. 104

recursos tecnológicos propios de la información colectiva, sostienen una posición hegemónica frente al Estado “<sup>45</sup>.

Cuando llega el turno del gobierno de Adolfo López Mateos, los integrantes de la CIRT están fortalecidos por más de quince años de presión hacia el Gobierno, así como la acumulación de capital de otras empresas, también de su propiedad. López Mateos emite una Ley respecto al espacio de las ondas electromagnéticas, que darán origen a la figura de la “concesión”, así como lineamientos a seguir en la programación.

Los industriales, descontentos, buscan la forma de contrarrestar estas medidas, y según Fátima Fernández, encuentran un Senado vulnerable a sus presiones y logran que en la Cámara de Diputados hagan modificaciones a la Ley.

Así, en los gobiernos sucesivos, el gobierno buscará controlar mediante medidas legales lo concerniente a la radio y la televisión; a su vez, los concesionarios buscarán contrarrestar o buscar el lado vulnerable de la situación para salirse una vez más con sus propósitos comerciales y de poder.

Durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, el Estado sigue en su intento de controlar de algún modo la industria, ya que empieza a vislumbrarse asimismo como emisor de radio y televisión. En ese entonces concede al Grupo Monterrey una concesión. Dicho grupo no era del selecto grupo de poderosos de los medios de comunicación, lo que repercutirá en ambiente político del gobierno de Luis Echeverría.

Como *boomerang* repercute la concesión entregada al Grupo Monterrey, que posteriormente se fusionaría para ser parte de Televisa, por tanto se ejerce más poder de parte de los concesionarios. “ A mayor poder político y mayor influencia

---

<sup>45</sup> Fátima Fernández Christlieb. Los Medios de Difusión Masiva en México Juan Pablos Editor p. 104



de los medios de comunicación, el Gobierno intenta ejercer mayor dominio”<sup>46</sup>. Pero sólo intenta, porque al final al tratar de reglamentar, los concesionarios actuaban como grupo de presión, y el Gobierno cedía y adaptaba las leyes a los intereses de los industriales.

También durante el gobierno de Echeverría surge la Subsecretaría de Radio cuya creación fue dada a conocer en el DOF el 23 de julio de 1973, la cual “tramita y analiza las solicitudes de concesiones y permisos, imponer sanciones, producir y transmitir programas, así como relaciones y asesoramientos con la CIRT”<sup>47</sup>, con lo cual una vez más despierta el enojo de los concesionarios.

Fátima Fernández también admite que: “las disposiciones jurídicas son casi en su totalidad de tipo técnico o facultativo (disposiciones jurídicas mediante las cuales se conceden privilegios a los concesionarios), es decir... el Estado ha ejercido un papel de administrador y representante de los intereses industriales y muy pocas veces ha actuado como mediador de conflictos sociales”<sup>48</sup>. Y aunque esta cita data de hace más de veinte años, en nuestros días se pudo apreciar su vigencia en el conflicto de CNI Canal 40 y Televisión Azteca, empresas que pelearon por una frecuencia, con la notoria ausencia de la autoridad gubernamental, que tardó más de diez días en intervenir, y cuando lo hizo no fue de la manera más acertada.

Pero retomando el orden cronológico, es en el año de 1971 cuando se dan nuevos enfrentamientos entre los hombres de los medios y funcionarios (de Educación Pública y del Sindicato de Trabajadores de la Educación), pues como señala Fátima Fernández, estos argumentaban que se había dado “manga ancha a la televisión”.

---

<sup>46</sup> Fátima Fernández Christlieb. *Los Medios de Difusión Masiva en México* Juan Pablos Editor p.

106

<sup>47</sup> Idem p. 120

<sup>48</sup> Idem p. 107

Posteriormente, el 15 de noviembre, del 71, ante una declaración de que era el Estado quién debía regular las tecnologías futuras en cuanto a medios de comunicación, por ser estos vehículos de educación y cultura, los concesionarios lanzan desplegados diciendo que ellos no tienen esa función, además de sugerir la posibilidad de que el gobierno pretendía expropiar la industria de los medios de comunicación.

Las pugnas entre los concesionarios y el Estado continuaron durante la década de los 70, los siguientes son algunos puntos del conflicto:

“...el día 4 de marzo de 1972, la prensa publica nuevas declaraciones del subsecretario de Radiodifusión... el principal reto que el Gobierno tiene en cuanto a los medios masivos de comunicación, es el de cambiar la mentalidad con la que hacen programas de televisión comercial, y que representa un 87.5 de la producción nacional”<sup>49</sup>

Al citar nuevamente lo expuesto por Fátima Fernández, señala que, al concretarse la compra de Canal 13 por parte del Estado, esto causa un nuevo enojo en los concesionarios, quienes interpretan el hecho como una competencia desleal y como el inicio de la nacionalización de la radio y la televisión.

“Joaquín Vargas afirma: a veces, aunque sin razón, se afirma que nuestras empresas están demasiado comercializadas y se abusa del anuncio comercial... pero olvidan también, quienes acusan, que nuestras industrias de la radio y la televisión son posibles gracias al patrocinio comercial, que en base a (sic) tarifas controladas por el Estado, constituyen un aspecto de la actividad económica...”<sup>50</sup>

Los concesionarios también hacían alusión a los comentarios que el presidente Echeverría en el sentido de que los medios de difusión contaminaban la mente de

---

<sup>49</sup> Fátima Fernández Christlieb. *Los Medios de Difusión Masiva en México* Juan Pablos Editor p. 123

<sup>50</sup> Idem p. 126

los jóvenes, niños y aún adultos, a lo que los concesionarios responden que se acusa a las masas de irreflexivos, influidos o enajenados por la publicidad, como si ese gran conglomerado careciera de sentido común fuese fácilmente manipulable. Al juego de declaraciones entre funcionarios y concesionarios entra la prensa escrita, donde se publican desplegados, entrevistas, artículos de opinión, editorialistas, es decir se enfrentan duramente en su intento por ver quién tiene la razón en el conflicto del control de los medios de comunicación.

En 1973, para solucionar el conflicto, se anuncia que el Consejo Nacional de Radio y Televisión, “está sesionando para analizar los programas de radio y televisión” pero en vez de una propuesta, se anuncia que se expedirá un nuevo reglamento, que hace su aparición el 4 de marzo de 1973, sólo que este fue redactado bajo la asesoría de los abogados de Telesistema Mexicano (antecedente de Televisa).

Es con la expedición de este Reglamento que parecen limarse asperezas entre Gobierno y concesionarios, puesto que estos últimos pese a los ataques y descalificaciones hechos por parte de ambas partes, continúan gozando de sus privilegios. En posterior comida entre el presidente de la República y los agremiados a la CIRT, unos para los otros sólo tienen una palabra de alabanza.

Así llegamos al año de 1974. Es el cuarto Informe de gobierno de Luis Echeverría, y como señala Fernández, ese 1º de septiembre, sólo se hizo una crítica tangencial e improvisada a los medios de difusión colectiva y poco tiempo después, alegando sobre la violencia existente en ciertas series transmitidas, se cancelan varios programas de este tipo; los concesionarios en franca complicidad, hacen parecer esto como un gesto de acatamiento y respeto a las decisiones presidenciales, las cuáles “se desarrollan en un clima de tolerancia y respeto”.

En los subsecuentes años, es decir parte de lo 70 y los 80, la relación entre concesionarios y gobierno se mantuvo estable, en total complacencia y sin ninguna alteración.

Es hasta el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, cuando las cosas se modifican nuevamente a favor de los concesionarios, y podemos sustentar lo anterior con lo señalado por Eduardo Sánchez, secretario de la CIRT, quien dice en entrevista: “desde la época del presidente Salinas las cosas empiezan a ser distintas, en materia de libertad de expresión y empieza a aflojarse el yugo o cuerda que tenía apretados a los medios de comunicación... en todos los sentidos, desde la programación hasta la línea noticiosa”.

Al parecer de Sánchez, antes del gobierno salinista, en México se censuraba y dominaba a los medios de comunicación, y posteriormente señala que durante el gobierno de Ernesto Zedillo, la apertura en la libertad de expresión llegó al extremo, incluso el mandatario llegó al punto de hacerles a los concesionarios sugerencias de que “le bajaran de tono a la programación” según afirma Eduardo Sánchez.

Sin embargo, también hay que recordar que fue durante el mandato de los presidentes Salinas de Gortari y de Zedillo, que se dan enormes facilidades en el terreno jurídico, lo que facilitaría el acceso del capital privado a lo más reciente en cuanto a tecnología, por ejemplo ya no sólo el gobierno incursionaría en las telecomunicaciones por vía satelital. Es en este periodo que también se otorgan nuevas concesiones, pero son dadas a los integrantes de un selecto grupo del cual forman parte Joaquín Vargas y Emilio Azcárraga; además Ricardo Salinas Pliego entra a la élite cuando le es adjudicado el paquete de medios que el gobierno puso en venta y que el empresario convertiría en TV Azteca.

Debemos señalar que para el investigador Fernando Mejía Barquera los concesionarios siempre han estado dentro del poder, pues afirma que la situación

económica y política que prevaleció en México desde los años 40, les permitió esa incursión, pues desde los albores de la radiodifusión se les obsequiaron todas las facilidades para la importación de equipo, así como la creación de un régimen jurídico que protegió el desarrollo del capital y permitió con ello la acumulación de dinero.

Otro punto que sustenta lo dicho por el investigador señala que, no sólo las facilidades políticas dadas por el gobierno favorecieron el desarrollo de la industria, sino también la incursión de los dirigentes de los concesionarios en la fracción política, es decir como diputados, senadores y funcionarios de gobierno.

Lo que sí es evidente es que si durante los gobiernos emanados del PRI la relación era de manera velada, durante el cambio de régimen y de partido en el año 2000, la relación se fortaleció y se evidenció con las acciones del propio presidente Vicente Fox y otros funcionarios del gobierno relacionados con el ámbito de los medios de comunicación.

Lo anteriormente dicho lo confirmamos cuando bajo el nuevo gobierno foxista, los integrantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, manifestaron su disposición para revisar las reglas de otorgamiento de las concesiones, “una declaración insólita por la postura conservadora y patrimonialista que los empresarios de los medios electrónicos han mantenido desde siempre... los especialistas han manifestado su reserva acerca de las intenciones de los concesionarios”<sup>51</sup>. Lo anterior fue señalado por Eduardo Sánchez, coordinador de asesores del entonces presidente de la CIRT, Joaquín Vargas, durante la conferencia de prensa del anuncio de la 42 Semana Nacional de la Radio y la Televisión.

---

<sup>51</sup> Periódico Zócalo, número 2, octubre del 2000 p 2.

Como ya señalamos y reafirmaremos en los capítulos posteriores, los concesionarios avanzan y logran insólitas modificaciones todo con la complacencia del nuevo gobierno.

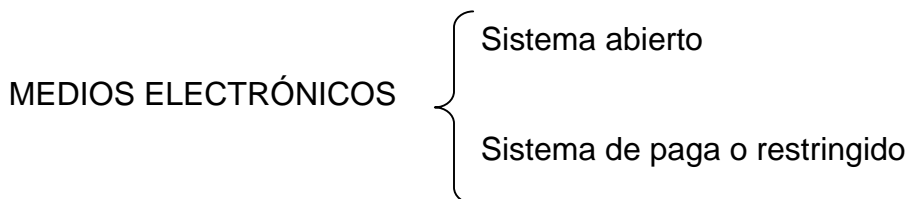
Podemos concluir entonces que aunque los concesionarios al principio del nacimiento de la industria de la radio y la televisión actuaron como grupo de presión sólo fue para conseguir más espacio y poder de influencia, sin embargo, con el pasar de los años, tanto el gobierno como los concesionarios se dieron cuenta que debido al enorme potencial que representaba la industria, era mejor mantenerse unidos para obtener mutuos beneficios, aunque para ello tuvieran que representar farsas de sometimiento o pisoteo de la libertad de expresión, sin embargo, parece que en actual sexenio no hay necesidad de esconder esta relación de complicidad, pues toda las acciones han sido a la luz pública y de manera legal aunque no legítimas.

En el siguiente apartado revisaremos cómo ha sido el trayecto en materia legal de los medios de comunicación electrónicos.

## 1.4 La regulación de los medios electrónicos

Al revisar lo referente a la materia legal de los medios de comunicación electrónicos en México, hemos de adelantar que la mayoría de las leyes o disposiciones han tenido la intervención de los concesionarios, con el fin de seguir conservando sus privilegios e intereses.

Otro punto importante que hay que destacar es la clasificación realizada en materia de Derecho en cuanto a medios electrónicos. Así pues, de acuerdo con el experto en Derecho Javier Orozco Gómez, la radio y la televisión funcionan en las siguientes modalidades



Según dicho autor, en el sistema abierto: “cualquier telespectador o radioescucha, con el simple hecho de encender su aparato electrónico, tiene acceso a estaciones de radio o canales de televisión de su preferencia. En cambio en el sistema de paga o restringido, es mediante contrato y pago periódico de una cantidad preestablecida, como las personas reciben una forma de audio y video asociado. Esta modalidad incluye tres variantes (cable, microondas y satelital) de acuerdo con la forma como se transmite la señal”<sup>52</sup>.

Esta clasificación es importante para comprender el por qué se han dado a través del tiempo, conforme al surgimiento de las tecnologías, leyes, reglamentos o disposiciones que intentan normar los medios de comunicación. Para una mejor comprensión del tema, a continuación se presenta una secuencia en orden cronológico sobre el mismo.

<sup>52</sup> Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* Ed. Porrúa. p. 14.

La regulación legal de los medios electrónicos del país no es nueva. Desde la década de los 20, el gobierno intentaba regular mediante leyes (generalmente obsoletas y redactadas bajo los intereses de los concesionarios), a los dos grandes medios de comunicación. Pero sus esfuerzos han sido en vano, pues los propietarios de las concesiones han adquirido paulatinamente más poder que el propio gobierno, además de que, como ya vimos, los concesionarios, de ser grupo de presión, pasaron a ser un grupo en el poder, ello aunado a que históricamente han contado con la complicidad y complacencia gubernamentales.

Pero veamos cuál ha sido la historia de la legislación mexicana respecto a los medios de comunicación, con el objetivo de fundamentar la relación concesionarios-gobierno.

El primer antecedente que se tiene en materia legal, respecto a la radio y la televisión, se remonta al año de 1926, cuando el general Plutarco Elías Calles se dirige al Congreso de la Unión, para solicitar expedir una Ley en radiocomunicación, debido al rápido crecimiento de la industria, así como a la constante invasión de frecuencias, a lo que el legislativo contesta afirmativamente.

El 23 de abril de 1926, se expide la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que reglamenta diversas actividades en esta materia, entre ellas la radiodifusión, y para la cual Calles se basó en otros documentos del mismo orden pero de orden internacional.

En su artículo 12 la ley establece que las transmisiones radiofónicas "no deben atender contra la seguridad del Estado" <sup>53</sup> ni atacar en forma alguna al gobierno constituido, con la expedición de esta ley se legalizaba la política de los anteriores gobiernos como el obregonista, quien pugnaba porque las concesiones se



quedaran en manos nacionales, lo cual se especificó en esta ley promulgada en 1926 de acuerdo con el texto de Fernando Mejía Barquera en "La industria de la radio y la televisión en México y la política del Estado mexicano".

Debemos decir también que en el periodo 1924-1934, se expiden las primeras leyes y reglamentos específicos sobre radiodifusión, donde se establecieron de manera explícita los límites, derechos y obligaciones de la nueva industria.

Ante el constante crecimiento de la radiodifusión, el gobierno de la República comienza a emitir disposiciones legales para regular el funcionamiento de esta actividad. En 1931 se sustituye el régimen de permisos, que operaba en los años veinte, por el de concesiones, más acorde con una actividad de tipo comercial que utiliza un bien del dominio de la nación, el espacio aéreo. Las concesiones para explotar comercialmente una frecuencia radiofónica se otorgan hasta por cincuenta años y con ello, el gobierno espera estimular el crecimiento de la radiodifusión pues, se supone, los empresarios tendrán mayor seguridad para invertir en esta actividad.

También el 25 de septiembre en el Diario Oficial de la Federación, se publica el "Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión en conexión con la Red Telegráfica Nacional", cuyo objetivo es incrementar la inserción de anuncios comerciales en la industria radiofónica, mediante este servicio, aquellas personas o empresas que deseen transmitir anuncios comerciales a través de estaciones radiodifusoras ubicadas en lugares diferentes a los de su residencia, pueden hacerlos llegar a ellas utilizando la red de Telégrafos Nacionales."<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Fernando Mejía Barquera en: La industria de la radio y la televisión en México y la política del Estado mexicano Fundación Manuel Buendía. p. 42 y 43

<sup>54</sup> Fernando Mejía Barquera Historia mínima de la radio mexicana. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx).

Las leyes también contemplaban lo que para nosotros constituye un contenido cotidiano: la publicidad, puesto que, el Reglamento del Capítulo VI del Libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación, publicado en el *Diario Oficial* el 10 de julio de 1933, establece en su artículo 17 que las estaciones radiodifusoras pueden dedicar el 10 por ciento de su tiempo de transmisión a difundir "propaganda comercial". En esa misma fecha se publica la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras que establece un gravamen del 5 por ciento sobre los ingresos brutos de las estaciones comerciales. A partir de aquí vislumbramos lo que posteriormente será causa de enconadas discusiones: los impuestos a los concesionarios.

En este mismo reglamento se establece que el Estado tiene la facultad de transmitir a través de las estaciones comerciales, de manera gratuita y con prioridad, todos aquellos mensajes que el Ejecutivo o las secretarías de Estado consideren necesario difundir. Esta disposición subsiste en el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados de 1942 y permanece en la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en 1960 y actualmente vigente, en cuyo artículo 59 se lee: "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos, 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." <sup>55</sup>

En el orden cronológico en materia legislativa, llegamos al año de 1937, cuando el 1º de enero inicia sus operaciones el "Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad" (DAPP), organismo que tiene a su cargo el diseño y la ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano, que tiene entre otras funciones las de dirigir y administrar las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo, así como supervisar y reglamentar la propaganda y publicidad hecha por medio de radiodifusoras comerciales y culturales establecidas en la República.

---

<sup>55</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, publicada el 19 de enero de 1960.

También el 15 de enero de 1937 el *Diario Oficial de la Federación*, publica un decreto presidencial que dispone la creación de un programa radiofónico semanal con cobertura nacional que deberá ser transmitido en cadena por todas las estaciones del país con la finalidad de que, a través de esa emisión, el gobierno de la República informe a la población de sus actividades. Se decide que el programa se llame “La Hora Nacional”. Su producción queda a cargo del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) a través de su emisora XEDP. También bajo la coordinación del DAPP queda su difusión a través de una cadena nacional constituida entonces por 93 estaciones. El primer programa se difunde la noche del 25 de julio de 1937 desde los estudios de la XEDP. Como primer director de “La Hora Nacional” se designa al señor Agustín Arroyo Chico, también director del DAPP, quien permanece en el cargo hasta el 30 de diciembre de 1939, señala Fernando Mejía Barquera<sup>56</sup>.

Al desaparecer el DAPP, la producción de “La Hora Nacional” pasa a ser responsabilidad de la Secretaría de Gobernación. El programa ha tenido cambios, pero a pesar de ellos se mantiene. La siguiente es una síntesis de la evolución de este programa.

Uno de los primeros cambios que vive la emisión se produce cuando el periodista Roberto Blanco Moheno se hace cargo de la dirección. Su primera decisión es cambiarle nombre, formato y contenido. La transforma en “La Hora del Gobierno de la República Mexicana”.

Sin embargo, el escritor Baltazar Dromundo asume la dirección el 1o de abril de 1953 y permanece en ella hasta el 23 de noviembre de 1955. Devuelve al programa el nombre de “La Hora Nacional” y con el apoyo de la XEW consigue que la emisión gubernamental se escuche en Centroamérica. La emisión

---

<sup>56</sup> Fernando Mejía Barquera *Historia mínima de la radio mexicana*, En [www.fundaciónmanuelbuendía.org.mx](http://www.fundaciónmanuelbuendía.org.mx).

radiofónica a finales de los 70, cambia nuevamente su nombre por el de “La Hora de México”.

Al crearse la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, en 1977, la producción de “La Hora de México” queda a cargo de esta dependencia, la cual ya no designa director para el programa sino a una persona responsable de producirlo.

A partir de 1983, la producción del programa, nuevamente llamado “La Hora Nacional”, corre a cargo del Instituto Mexicano de la Radio, creado en marzo de ese año. Se le considera como el programa que más ha durado al aire en la historia de la radiodifusión mundial.

Pero retomando la secuencia cronológica, llegamos al año de 1942, cuando se promulga el “Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados”, que establece que cada anuncio comercial debe durar como máximo dos minutos y que por cada anuncio difundido debe intercalarse un número musical o de otra índole; reitera la prohibición de difundir "franca o veladamente" asuntos de carácter político o religioso, así como ataques de "cualquier tipo" al gobierno. El reglamento, asimismo, autoriza la publicidad grabada y permite las transmisiones en idiomas extranjeros, siempre y cuando fueran autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

En cuanto a la televisión, debe hacer notar que en 1949, se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trata de XHTV, Canal 4. El titular de la misma es la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O' Farril dueño en esa época del diario Novedades de la ciudad de México.

El 11 de febrero de 1950, se publica en el *Diario Oficial de la Federación* el "Decreto que fija las normas que deberán observar para su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión", primera disposición legal específica; el documento contiene las recomendaciones formuladas por el ingeniero González Camarena en el informe entregado por la Comisión INBA al presidente Miguel Alemán en 1948 en el sentido de adoptar el sistema técnico estadounidense (comercial-privado).

Llegamos a la década de los 60, cuando ocurre un acontecimiento importante, la expedición de la Ley Federal de Radio y Televisión, "expedida el 8 de enero de 1960 y publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 19 de enero de ese mismo año"<sup>57</sup>

Esta ley es el ordenamiento que establece a la radio y a la televisión como medios de interés público y se define el régimen de concesiones y permisos a que están sujetos ambos medios. Según la ley, pueden existir estaciones concesionadas, las cuales están facultadas para transmitir anuncios comerciales, y estaciones permisionadas cuya administración se encomienda a entidades no lucrativas que, por lo tanto, no pueden hacer uso comercial de las frecuencias de radio y TV.

Javier Orozco señala: "el nacimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión tuvo por objeto crear un cuerpo normativo que regulará la radiodifusión nacional (cultural y comercial), desincorporando este rubro de la Ley de Vías Generales de Comunicación. Sus preceptos abarcan el ámbito de competencia de autoridades; el otorgamiento de concesiones y permisos; la instalación, operación y tarifas de las estaciones; los contenidos, los locutores, infracciones y sanciones"<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Raul Cremoux. *La legislación mexicana en radio y televisión.* UAM p. 15

<sup>58</sup> Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* Ed. Porrúa p. 16.

Esta Ley contempla, en su título V, a partir del artículo 90 la composición de un órgano rector, que vigile los contenidos de la radio y la televisión. Este es el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

En su título quinto, esta ley contempla lo referente a la coordinación y vigilancia de la radio y televisión, por parte del Consejo Nacional de Radio y Televisión, por ser de importancia para este trabajo la presencia, instalación y actuación de este organismo rescataremos algunos puntos importantes de la ley.

En el capítulo primero sobre este organismo coordinador destacan las siguientes normas legales:

**“Artículo 90.-** Se creó 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.

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

- I. Coordinar las actividades a que se refiere esta Ley;
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;
- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;

V. Conocer y determinar 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.

VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos”<sup>59</sup>.

**Artículo 92.-** El Consejo celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su reglamento. El Presidente tendrá voto de calidad.

En cuanto al capítulo referente a la inspección y vigilancia son destacables los artículos:

**Artículo 96.-** La Secretaría de Gobernación, para cumplir con las funciones y atribuciones que esta Ley le señala, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes.

**Artículo 97.-** El concesionario o permisionario está obligado a atender las observaciones que por escrito le haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se ajustaren a la presente Ley y su reglamento.”<sup>60</sup>.

Sin embargo, hasta la fecha, la actuación del Consejo Nacional de Radio y Televisión ha sido prácticamente nula, pues aunque se contempla desde 1960, es hasta el 7 de noviembre del 2002 cuando por fin se reinstala de manera formal.

---

<sup>59</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el DOF el 19 de enero de 1960.

<sup>60</sup> Idem

Adicionalmente a ello, a partir del llamado “decretazo”, el 10 de octubre, fue cambiado el reglamento para su operación, que databa desde 1973.

Los siguientes son algunos comentarios sobre las situaciones recientes que ameritaban la intervención del consejo Nacional de Radio y Televisión. Sin embargo este organismo brilló por su ausencia:

- En el artículo 91, en su fracción IV, el Reglamento habla de elevar el nivel moral, cultural y artístico de las emisiones, cuando vemos que cadenas como Televisa y TV Azteca, se transmitían o transmiten emisiones como los *talk shows* “Hasta en las mejores familias”, “Laura en América”, “Cosas de la Vida” o bien los llamados “reality shows” como “Big Brother” o “Big Brother Vip”, donde podemos ver cómo las personas llegan a ser exhibidas y denigradas por unas cuantas horas de fama o bien premios económicos, lo que fomenta sólo el morbo y algunas otras conductas que no son las mejores. Aunado a lo anterior, los horarios de transmisión de las emisiones anteriores son generalmente entre 16:00 y las 20:00 horas, lapsos considerados de un horario familiar, y ante situaciones como esta, donde el Consejo Nacional de Radio y Televisión debería haber intervenido su actuación nunca se vio, pues ni siquiera se había vuelto a instalar.
- En el artículo 94, se habla de visitas de inspección técnica a estaciones de radio y televisión, para confirmar el buen funcionamiento de las concesiones, sin embargo, a finales de diciembre del 2002, el día 27, TV Azteca toma las instalaciones de Canal 40, adueñándose de la frecuencia, sin que se haya sabido la intervención del Consejo, pues las autoridades responden 10 días después, ya en enero del 2002, a través de la Secretaría de Gobernación.

Retomando el orden cronológico de este apartado, esta el importante asunto del “tiempo fiscal”. El 29 de diciembre de 1961, se publica en el *Diario Oficial* la Ley del Impuesto a las “Empresas que explotan Estaciones de Radio y Televisión. El



texto de esta ley establece un gravamen de 5 por ciento sobre los ingresos brutos de las empresas de radio y televisión; sin embargo éstas, a través de su cámara industrial, negocian con la Secretaría de Hacienda y consiguen que el impuesto les sea reducido considerablemente para quedar en una tasa de 1.25 por ciento sobre ingresos brutos. El impuesto aparece de 1961 a 1978 en la Ley de Ingresos que el Ejecutivo envía al Congreso de la Unión, hasta que en diciembre de 1979 ya no aparece en la iniciativa correspondiente sin que Hacienda explique la causa de ello”<sup>61</sup>.

El 31 de diciembre de 1968, siendo el presidente Gustavo Díaz Ordaz emite un acuerdo presidencial relacionado con los impuestos, con el que los industriales de la radio y la televisión estarían destinados a pagar el 25 por ciento de sus ingresos totales, el pago de estos impuestos entrarían en vigor el 1º de julio de 1969. Sin embargo desplegando una vez más su poderío, los concesionarios recuerdan al gobierno que ante los sucesos de 1968 se mantuvieron neutrales, por lo que se sientan a “negociar el nuevo impuesto”.

El 1º de julio de 1969 después de seis meses de negociaciones entre los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR), y la Secretaría de Hacienda, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que autoriza pagar de la siguiente manera el "Impuesto sobre el importe de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio de la nación": las empresas concesionarias de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5 por ciento de su tiempo diario de transmisión para que éste haga uso de él de acuerdo con sus propios fines.

Álvaro Delgado, al hacer un análisis sobre el acontecimiento, señaló en la revista Proceso: “el 1º de julio de 1969 después de un cabildeo intenso de Emilio

---

<sup>61</sup> Fernando Mejía Barquera. *Historia mínima de la radio*. En [www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx)

Azcárraga Milmo. Tele Sistema Mexicano está de fiesta porque logró que los concesionarios de la radio y la televisión paguen la mitad de sus impuestos cediendo el 12.5 por ciento de sus transmisiones al Gobierno”<sup>62</sup>.

Finalmente, desde 1969, el Estado podía disponer diariamente del 12.5 por ciento del tiempo de transmisión en cada una de las estaciones de radio y televisión, según los términos del acuerdo presidencial publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 1º de julio de ese año.

Así pasan 13 años para que se expida el Reglamento de la ley, es decir existe un vacío de la manera en que debe aplicarse ésta. Finalmente el 4 de abril de 1973, en el *Diario Oficial de la Federación* se publica el "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión" en donde se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como encargada de vigilar que los contenidos de las transmisiones de ambos medios se ajusten a lo estipulado por la legislación. Asimismo, el reglamento establece que las estaciones de radio pueden dedicar el 40 por ciento de su tiempo total de programación a la emisión de anuncios publicitarios.

En este reglamento de 1973 es donde aparecían también las atribuciones del Consejo Nacional de Radio y Televisión, así como la forma de operar de éste.

Destacan los siguientes aspectos:

## **“TITULO SEXTO: CONSEJO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN CAPÍTULO ÚNICO**

---

<sup>62</sup> Álvaro Delgado, Antonio Jáquez y Fernando Ortega. “La instalación del Consejo Nacional de Radio y TV aplazada indefinidamente” *Revista Proceso* México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 36, 37, 38, 39, 40 y 41, 25 febrero 2001, número 1269.

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

**ARTICULO 50.-** Para cumplir con sus funciones, el Consejo contará con el personal administrativo y técnico que sea necesario.

**ARTICULO 51.-** Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá entre otras, las siguientes atribuciones:

I. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones.

II. Llevar a cabo otras medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de las disposiciones de la Ley en la materia;

V. Recomendar las medidas tendientes al buen funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, y

VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

**ARTICULO 52.-** El Consejo Nacional de Radio y Televisión coordinará transmisiones y fijará los horarios en el tiempo del Estado, oyendo a los concesionarios previamente, en los términos que establece la ley de la materia.”<sup>63</sup>.

Sin embargo ni la Ley ni su reglamento se han cumplido, pues son los concesionarios quienes deciden por completo la programación, y se ahorran la vigilancia y las sanciones; esto se reafirma más adelante, cuando se instala el Consejo de Autorregulación de la CIRT y cuando se abroga el reglamento de 1973.

Si recuperamos la secuencia cronológica tenemos que el 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el Canal 13 pasa a formar parte del Estado. La adquisición del Canal 13 constituye la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luis Echeverría encaminadas a fortalecer al papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril de 1972, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México (llamada más tarde, en 1980, Televisión de la República Mexicana).

Luis Echeverría crea la Subsecretaría de Radio, publicada en el DOF el 23 de julio de 1973, la cual “tramita y analiza las solicitudes de concesiones y permisos, imponer sanciones, producir y transmitir programas, así como relaciones y asesoramientos con la CIRT”.<sup>64</sup>

En esta misma década, en 1977 se crea, mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de julio, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (en adelante conocida como RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Su tarea fundamental es vigilar que la normatividad aplicable a la radio, la TV y el cine, dentro del ámbito que corresponde a esa secretaría (por ejemplo, la vigilancia sobre los contenidos), se cumpla.

El día 15 de abril de 1982, el Canal 22 del Distrito Federal inicia sus transmisiones en la frecuencia de UHF bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM), nueve años después en 1991, el 26 de enero un grupo de 800 intelectuales solicita al presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 no sea vendido --como había anunciado el gobierno que lo haría-- y en cambio sea transformado en una televisora cultural. Salinas respondería afirmativamente el 21 de febrero.

---

<sup>63</sup> Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicado el 4 de abril de 1973.

<sup>64</sup> Fátima Fernández Christlieb. Los medios de difusión masiva en México p. 120

En 1983 se informa sobre la decisión gubernamental de reestructurar los recursos asignados al rubro de comunicación social del Estado; esto se hizo mediante la creación del llamado Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal, que estará constituido por tres institutos: uno de radio, uno de televisión y otro de cinematografía. El objetivo es agrupar los recursos del Estado en el campo de la comunicación social en tres entidades que formen parte de organismos públicos descentralizados, con personalidad jurídica y patrimonio propios. De esta manera surgen el Instituto Mexicano de la Radio (IMER); el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) y el Instituto Mexicano de Cinematografía, (IMCINE) creados a través de decretos expedidos el 23 de marzo de 1983 y publicados en el *Diario Oficial de la Federación*. Dos días después, el 25 de marzo de ese año, en el que mayor trabajo hasta al fecha se percibe es en IMER. Por su parte IMEVISION fue privatizada y se convirtió en Televisión Azteca, que es considerada la más fuerte competidora del grupo Televisa.

Cuando fue creado IMEVISION, tienen como responsabilidad el manejo de los recursos del Estado en esa área. El Canal 13 y su red nacional, los canales 22 del Distrito Federal, 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).

Años después, en 1986, se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión: “ El presidente Miguel de la Madrid publica un decreto, el 20 de enero de 1986; inaugura el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión. Cabe recordar que la creación de este comité no fue un acto gracioso del poder público, sino producto de las demandas de las consultas convocadas en ese periodo por la Cámara de Diputados. En éste se exponía la necesidad de alcanzar

metas más ambiciosas en los contenidos de la radiodifusión y contar con una mayor participación de la sociedad, en especial de las instituciones académicas”<sup>65</sup>.

Este comité fue creado para dar mayor legitimidad al Consejo Nacional de Radio y Televisión, y está compuesto por “un representante de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior, uno de la Universidad Nacional Autónoma de México, uno del Instituto Politécnico Nacional, uno del Colegio Nacional, uno del Consejo de Ciencia y Tecnología y uno del Consejo Nacional de la Publicidad”<sup>66</sup>.

Ya en el sexenio 1989-1994 tiene lugar un gran impulso a las nuevas tecnologías en radio y televisión; se emiten diversas disposiciones jurídicas para facilitar el acceso de las empresas mexicanas a los más recientes avances tecnológicos en esta materia. La estereofonía en AM, el uso de "subportadoras multiplex" en FM, la radio digital por suscripción, y la Radiodifusión Sonora Digital son algunas de esas tecnologías.

El 18 de septiembre la SCT y la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), suscriben un "acuerdo de concertación" para incorporar el sistema estereofónico a las estaciones de amplitud modulada. A través de este acuerdo, la SCT ofrece proporcionar "asesoría normativa y técnica" a las radiodifusoras privadas interesadas en acceder a la transmisión estereofónica. La CIRT, por su parte, se compromete a promover entre sus agremiados la instalación y operación del sistema estereofónico y a instarlos a que lo usen a la brevedad con el fin de que esta tecnología se generalice en poco tiempo.

El 24 de septiembre de 1990, seis días después de firmarse el acuerdo, el *Diario Oficial de la Federación* publica las normas técnicas que deberán observar las

---

<sup>65</sup> Beatriz Solís Leree. *La defensa de la ilegalidad* en Revista “Proceso”. 25 febrero 2001 No. 1269 p. 40.

<sup>66</sup> Artículo 2º del Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión.

emisoras que deseen transmitir en estereofonía. A pesar del entusiasmo que despierta inicialmente la firma del acuerdo entre los radiodifusores y el gobierno para impulsar el desarrollo de la estereofonía en AM, la adopción de este sistema por parte de las radiodifusoras no tiene la celeridad que se esperaba.

En la misma fecha que lo anterior, el *Diario Oficial de la Federación* publica las disposiciones aplicables al uso de subportadoras múltiplex por parte de las estaciones de FM. Éstas se utilizan para estereofonía o para otras emisiones o servicios especiales y sus servicios pueden ser de transmisión de datos a baja velocidad, correo electrónico, música continua, localización de personas y otros. Una emisora de FM puede transmitir en estéreo y utilizar, al mismo tiempo, una subportadora multiplex para prestar esta clase de servicios, todo ello dentro del mismo canal. La prestación de estos servicios abre a los radiodifusores nuevas perspectivas comerciales, de ahí su interés en obtener la autorización gubernamental para hacerlo.

En las normas publicadas por la SCT el 24 de septiembre de 1990 con relación al uso de las subportadoras múltiplex, se establecen, entre otras, las siguientes disposiciones: 1) Por cada subportadora múltiplex que una estación de FM decida utilizar con fines comerciales, deberá destinar otra al Estado "para los propósitos que sean determinados por la SCT".

2) Podrán establecerse negocios en sociedad entre el concesionario y otro particular para prestar servicios a través de las subportadoras múltiplex. Es decir, la SCT podrá autorizar a una persona o a una empresa para que, aun cuando no sea concesionaria de una estación de FM, pueda prestar servicios mediante la subportadora siempre y cuando se asocie con el concesionario y celebre un convenio para tal efecto.

Llega el año de 1995. Bajo el mandato de Ernesto Zedillo se promulga la Ley Federal de Comunicaciones: "que se encarga de delinear los aspectos técnicos y

de otorgamiento de concesiones de los sistemas de paga, a los que sólo es aplicable la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de contenidos”<sup>67</sup>. Dicha ley está compuesta por nueve capítulos, dentro de estos 74 artículos más los transitorios y fue publicada el 7 de junio de 1995.

Así el tiempo transcurrió entre constantes conflictos de ‘estira y afloja’ en materia legal entre el gobierno y los concesionarios, obteniendo casi siempre estos últimos imponer su voluntad, pues en la década de los 90 no ocurrieron grandes cambios y la Ley de Radio y Televisión de 1960 sigue vigente y, según anota Javier Orozco Gómez, en cuatro décadas de existencia han sido pocas las modificaciones hechas a la ley, las que el experto señala en el siguiente cuadro:

Publicación en el DOF	Artículos reformados o adicionados
27 de enero de 1970	17 y 19
31 de diciembre 1974	101, 103, 104 y 104 bis
10 de noviembre de 1980	9 (fracción II), 18, 19 y 30 (fracción III)
11 de enero de 1982	10, 11, 59 bis, 65 y 67
29 de diciembre de 1986	106
30 de noviembre de 2000	10 y 11

Cuadro obtenido en: Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* p. 16. Ed. Porrúa

Sin embargo, ya en la siguiente década, tenemos que el 10 de octubre de 2002, durante la XLIV reunión de la CIRT, se hace un sorpresivo anuncio: la abrogación del Reglamento de Radio y Televisión de 1973, que conlleva la desaparición del Comité Asesor creado en 1986 para el Consejo Nacional de Radio y Televisión, así como la derogación del impuesto del 12.5 por ciento de tiempo fiscal.

Un mes después, el 7 de noviembre de 2002, se instala el Consejo Nacional de Radio y Televisión. El boletín oficial de la Secretaría de Gobernación destaca lo

<sup>67</sup> Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* p. 15. Ed. Porrúa.



siguiente: “Durante la ceremonia de instalación efectuada en el Salón Juárez de esta dependencia, (Santiago) Creel Miranda resaltó que los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en el proceso democrático y político de nuestro país, en particular, los medios de comunicación electrónicos, que son la principal fuente de difusión de la información y de entretenimiento para toda la población. Destacó ante los secretarios de Educación Pública, y de Comunicaciones y Transportes, Reyes Tamez Guerra y Pedro Cerisola Weber que este Consejo, será desde hoy una entidad coadyuvante, un instrumento de orientación y nunca de imposición; es una herramienta de asesoría para que el Ejecutivo Federal preste un mejor servicio en la regulación y en la superación de la radio y de la televisión en beneficio de la sociedad”<sup>68</sup>.

En el siguiente capítulo revisaremos cuál ha sido la actuación de los concesionarios en lo que va del gobierno foxista, donde la relación medios-gobierno se ha hecho más evidente y a la luz pública. Veremos como ya no ocultan sus convenios y alianzas y cómo ante ello, los concesionarios siguen conservando sus privilegios y beneficios por parte del gobierno.

Finalmente, haremos una sencilla recapitulación en cuanto al aspecto legal se refiere, retomando lo dicho por el experto en Derecho Javier Orozco Gómez: “desde el marco de la legislación en la materia, los medios de comunicación electrónica han sido regulados por diversos ordenamientos: Ley de Comunicaciones Eléctricas (1926), Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte (1931); Ley General de Vías de Comunicación (1932); y Ley de Vías Generales de Comunicación (1940); la que se encuentra vigente hasta nuestros días, pero lo referente a la radio y la televisión pasó a formar parte de una norma específica que es la Ley Federal de Radio y Televisión (1960).”<sup>69</sup>

---

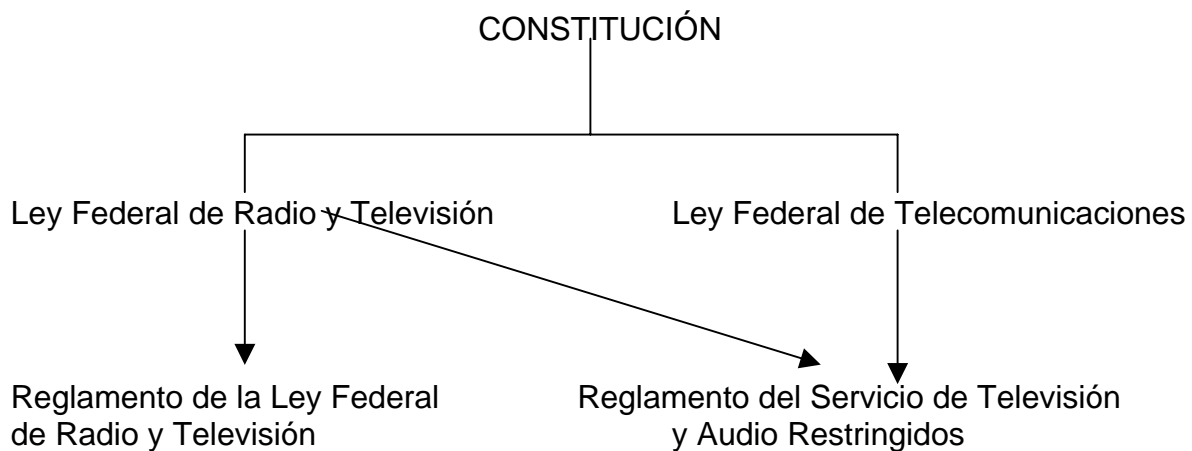
<sup>68</sup> Secretaria de Gobernación 7 de Noviembre de 2002. Boletín 439/02.

<sup>69</sup> Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* p. 15. Ed. Porrúa

Vale también la pena mencionar la Ley Federal de Telecomunicaciones responsable de delinear los aspectos técnicos y de otorgamiento de los sistemas de paga.

En cuanto a reglamentos, Orozco señala: “el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras y Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados (1942, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión 1973”<sup>70</sup> y el publicado Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión el 10 octubre de 2002.

Así pues tenemos que:



---

<sup>70</sup> Javier Orozco Gómez. *El marco jurídico de los medios electrónicos* p. 16. Ed. Porrúa

## **II.- Situación actual de los medios electrónicos**

El propósito de este apartado es el de referir cómo se reconstruyó la relación Estado- medios<sup>1</sup> ante un nuevo gobierno de extracción panista, con el cual la estrecha relación se tornó evidente y es también en este lapso donde más beneficio han obtenido los afiliados de la CIRT.

### **2.1 Los concesionarios de los medios electrónicos del 2000 al 2002**

Comencemos este recuento en enero del 2000, cuando México estaba a punto de entrar en un periodo electoral, donde la competencia entre partidos era fuerte y en el cual la ciudadanía decidiría entre continuar con un sólo partido en el gobierno con más de 70 años, o bien, optar por un cambio: el periódico especialista en medios Zócalo señalaba: “ En el contexto de la transición a la democracia en México, los medios de comunicación se están revelando como actores fundamentales, para bien o para mal. Como nunca antes están frente a la disyuntiva de favorecer la demanda ciudadana de transformación o reproducir su alianza con el viejo sistema político”.

La cita continúa: “ Están en evidencia las virtudes y males de la prensa escrita, y noticieros de radio y televisión. Si bien se observa una mayor pluralidad y en los contenidos se ejerce la crítica como nunca antes; en momentos decisivos la versión que se impone – salvo en contadas excepciones- es la oficial, sobre todo en el caso de los medios electrónicos, y más concretamente en la televisión”.

En la nota editorial se agrega: “la amplia cobertura dada a los desastres naturales o eventos como el caso financiero Fobaproa y las movilizaciones de paristas en la UNAM, demerita a causa de la manipulación, la descontextualización y los prejuicios. Sin un marco ético-profesional que garantice la imparcialidad, la

---

<sup>1</sup> Para tal efecto, ese trabajo se apoyará en la publicación especializada Zócalo, debido al seguimiento minucioso que éste hace de los medios de comunicación, además de lo expresado en foros por diversos especialistas.

honestidad y la calidad en la difusión de noticias, los medios con frecuencia incurren en errores y en excesos que en la mayoría de los casos quedan impunes... a esta situación se suman las viejas prácticas del periodismo, asociadas a los vicios de la relación prensa-gobierno, así como las carencias del propio gremio periodístico”, puntualizaba la fuente<sup>2</sup>.

A lo anterior podemos señalar que en época de transición política los concesionarios apostaban a un doble juego: al candidato oficial y al candidato de oposición, para congraciarse con cualquiera que fuera el ganador; Además trataban de vender al auditorio una imagen de renovación, cambio y sobre todo de apertura política de cara al incipiente nuevo milenio, por lo que por un lado trataban de desligarse de lo que los uniera a la postura oficial y por otro, dejaban ver que al pasar las elecciones, ellos nuevamente estarían con el que encabezaría el nuevo gobierno; un juego ambivalente, pero con buenos resultados para los concesionarios.

Siguiendo con esta reconstrucción podemos citar lo dicho en el *“Anuario del 2000”*, del periódico *Reforma*: “5 de enero: Emilio Azcárraga Jean, Alejandro Burillo Azcárraga y Carlos Slim, principales accionistas de Televisa, anuncian la venta de 13 millones 920 mil títulos, lo que representa el 9.1 del capital social de la compañía”<sup>3</sup>. Con lo anterior más que debilitarse el consorcio televisivo más importante, se fortalece aún más con la entrada del hombre considerado como el más rico de Latinoamérica, Carlos Slim.

Por su parte, el periódico *Reforma* publicaba que el 13 de enero eran detenidos la cantante Gloria Trevi y su representante, Sergio Andrade. Este incidente tiene trascendencia en la presente recapitulación debido a que los contenidos presentados por diversos medios de comunicación ameritaban la intervención del

---

<sup>2</sup> Editorial del periódico *Zócalo*. Número 0. Enero del 2000 p. 2.

<sup>3</sup> Reforma, Anuario del año 2000, miércoles 20 de diciembre de 2000 página 6.

Consejo Nacional de Radio y Televisión -el encargado de vigilar las transmisiones- que no obstante brilló por su ausencia. Esta noticia se convirtió en un caso de corrupción de menores, violación y otros agravantes que superan a las series de ficción, lo que ha redituado grandes ganancias a los concesionarios de los medios de comunicación, en particular a las dos grandes cadenas televisivas, Televisa y TV Azteca, que crearon equipos especializados, para dar seguimiento al caso, lo que podría constituir como uno de los excesos de la libertad de expresión que posteriormente redituaría en la exigencia de revisar lo referente a la Ley de Radio y Televisión en cuanto a contenidos.

De acuerdo también con el citado anuario, el 17 de enero Pedro Ferriz de Con y su equipo de colaboradores, se convierten en accionistas del Grupo Imagen, al mismo tiempo que inicia pláticas con Sky para transmitir sus programas. Dicha participación dura aproximadamente dos años, porque luego de ese lapso, sus compañeros Javier Solórzano y Carmen Aristegui rompen con él. Aquí podemos apreciar cómo se forman pequeños grupos que tratan de independizarse de la línea que les marcan los grandes concesionarios; sin embargo, ambos periodistas aceptaron la oferta del monopolio Televisa e ingresan a él para transmitir "Círculo Rojo", emisión que después sería considerada como el factor de ruptura del equipo.

Llega el mes de febrero, en esta cronología, que culmina con un conflicto que también reditúo mucho dinero a los medios de comunicación: la huelga en la UNAM, que después de 321 días acaba cuando el 6 de febrero, más de mil policías entran a Ciudad Universitaria y rompen el paro, acontecimiento en el que las televisoras manejaron la información como mejor les pareció, en ocasiones desvirtuando o agravando los informes, sin que el organismo vigilante, el Consejo Nacional de Radio y Televisión interviniera o sancionara a los concesionarios por el manejo informativo.

En este mismo mes<sup>4</sup>, el día 20 aparece la “biografía no autorizada” de Emilio Azcárraga Milmo, la cual revela a través de sus fuentes más allegadas cómo “El Tigre” hacía “su televisión”, sus contratos de exclusividad y cómo el concesionario tenía arreglos con el gobernante en turno para beneficiar a su imperio televisivo.

Este breve fragmento nos obliga a confirmar lo ya descrito respecto a la relación prensa-gobierno detallada en el capítulo 1, donde los hombres en el poder mantienen estrechas relaciones con los empresarios de los medios de comunicación, quienes se afanan por favorecerse mutuamente.

Al finalizar febrero, se desata un nuevo conflicto entre prensa la escrita, los concesionarios y el gobierno, pues este último intenta designar a la agencia oficial Notimex, para que distribuya la publicidad de las paraestatales y dependencias federales lo que los involucrados definen como un intento de monopolización.

En el periodo entre marzo y abril, Televisa reacomoda su carta fuerte: sale de sus noticiarios Guillermo Ortega y en su lugar queda Joaquín López Dóriga, quien le inyecta dinamismo y una fuerte competencia a los noticiarios del consorcio de los Azcárraga, aunque con ello provoca la salida de Abraham y Jacobo zabludowsky; el primero por no haber sido electo para el puesto, el segundo por solidaridad con su hijo. Este hecho marca un antecedente, ya que la familia Zabłudovsky había sido una especie de icono en la televisión mexicana, sobre todo Jacobo, a quien por muchos años se le consideró “vocero” del gobierno en Televisa, y que haya sido en este año 2000, el considerado de transición el que se haya dado esta intempestiva salida del consorcio de los Azcárraga.

Con la salida de los Zabłudovsky se percibió cómo la relación concesionarios-gobierno, ya no depende de personas o de nombres, sino que se ha vuelto una cuestión de instituciones y que a pesar de los cambios que surgen en cuanto a

---

<sup>4</sup> Reforma, Anuario del año 2000, miércoles 20 de diciembre de 2000 página 6.

nombres, la relación se mantiene. En una época electoral, donde los candidatos presidenciales acaparan la televisión y radio, pero comparten el espacio con los resultados del controvertido asesinato del conductor Paco Stanley, es que se desata una guerra de declaraciones entre las autoridades capitalinas y TV Azteca. El dueño de TV Azteca, Ricardo Salinas Pliego, utiliza todo su poderío mediático para desatar una campaña contra el gobierno capitalino, desacreditándolo y culpándolo de la inseguridad reinante en la capital del país; nuevamente el Consejo Nacional de Radio y Televisión brilla por su ausencia ante este desigual ataque.

En este mismo periodo, “Televisa prohíbe a sus 500 artistas exclusivos hacer comerciales proselitistas”<sup>5</sup>, pues estaban a la espera de los resultados después de las elecciones.

Por otro lado, con este primer panorama podemos apreciar que la sociedad mexicana, así como los concesionarios, estaban expectantes sobre el futuro que tomaría el país; los hombres de los medios se mantenían apostando en un doble juego: tanto al candidato “oficial” del PRI, como al del opositor Partido Acción Nacional, aunque como se dice “todo por debajo del agua”, pues querían estar atentos a cualquier cosa que el rumbo señalara.

Nuevamente consultando el anuario de Reforma, llegamos al día 8 de junio, cuando el Fondo Económico de las Naciones Unidas envía una carta a la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, en donde solicita se modifiquen los horarios de transmisión de los “*talk shows*”, por considerarlos no aptos para los menores de edad. Este sería un factor detonante para que se demandara la instalación e intervención del Consejo Nacional de Radio y Televisión, organismo oficial encargado de revisar los contenidos de la radio y la televisión.

---

<sup>5</sup> Reforma. Anuario del año 2000, miércoles 20 de diciembre de 2000, página 41.

Siguiendo con esta recopilación, ahora retomamos nuevamente la fuente de Zócalo, donde se concentran las opiniones de Javier Esteinou, Fernando Mejía Barquera, Ernesto Villanueva y María Victoria Llamas, quienes opinan lo siguiente: “En los inicios del siglo XXI, los medios, a pesar de sus avances, aún no se desprenden de antiguos vicios, de sus deficiencias profesionales y sobre todo, se resisten a asumir un compromiso con la sociedad, más allá de los intereses políticos y empresariales que los han atado”<sup>6</sup>.

En cuanto a la relación medios y poder, los especialistas consultados por Zócalo, opinaban lo siguiente: “aún existen vestigios de la relación simbiótica que se creó entre los intereses políticos y los propietarios de los medios de comunicación durante el presente siglo... el desenlace de ese proceso podría ser el de una refundación del esquema de control”<sup>7</sup>, a lo cual nosotros podemos agregar, no se equivocaron, pues al pasar de los meses, fuimos testigos de la cada vez más visible y estrecha complicidad entre el nuevo gobierno y los concesionarios de los medios de comunicación.

Continuamos retomando fragmentos que nos pueden dar un panorama de cómo era ese año 2000. Zócalo, decía: (cuando Vicente Fox, del antes opositor partido de Acción Nacional, llegaba a la presidencia de la República, cuando derrotó al viejo sistema del PRI): “El cisma político de julio pasado está contribuyendo a liberar potencialidades y distender el conflicto en los medios de comunicación”<sup>8</sup>, señalaba en la publicación.

En ese entonces también se percibía cómo los editores de importantes diarios tanto como los conductores de noticiarios de radio y televisión tomaban distancia de la novatez que en materia de comunicación social exhibía el equipo de

---

<sup>6</sup> Periódico Zócalo, Número 1, septiembre de 2000, página 4.

<sup>7</sup> Idem

<sup>8</sup> Periódico Zócalo, Número 2, octubre de 2000, página 2.



transición del presidente electo Vicente Fox; por ello se pensó que esto podría ser un indicio de mayor independencia, que conllevaría a una nueva relación entre el poder representado por los propietarios de los medios y el gobierno federal entrante.

“Es deseable que el desconocimiento que refleja el próximo presidente en torno a los medios de comunicación no se convierta en obstáculo para el establecimiento de una relación de respeto e independencia entre los poderes”, hasta aquí la cita de Zócalo, que como podemos ver, no acertó, porque en lugar de independencia, se generó una muy cercana relación entre medios-poder, lo cual vemos aún más reflejado en la siguiente parte del editorial.

“Por otra parte, integrantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, manifestaron su disposición para revisar las reglas de otorgamiento de las concesiones, una declaración insólita por la postura conservadora y patrimonialista que los empresarios de los medios electrónicos han mantenido desde siempre... los especialistas han manifestado su reserva acerca de las intenciones de los concesionarios”<sup>9</sup>.

Ernesto Villanueva citaba en el mismo medio lo siguiente: “Esta disposición (de los concesionarios para contribuir con el nuevo gobierno en materia de revisión legal), es sólo el punto de partida, el inicio de todo un proceso, donde sin duda llevará un buen tiempo... se supone que los concesionarios buscarán maximizar las ventajas y minimizar los compromisos con la sociedad... además no sabemos bien cuál será la correlación de fuerzas”<sup>10</sup>

Consultada igualmente por la fuente en cuestión, Alma Rosa Alva de la Selva, profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, señaló: “los concesionarios no saben con claridad cuál va a ser la política de comunicación del nuevo régimen... los industriales de la radio y la televisión quieren llegar a algunos

---

<sup>9</sup> Periódico Zócalo. Número 2, septiembre de 2000 página 2.

acuerdos que no echen por tierra los privilegios que mantienen desde hace tiempo”<sup>11</sup> . Meses más adelante veríamos cómo lo citado se cumpliría, e incluso los privilegios del gobierno hacia los industriales de la CIRT se incrementarían.

Es esta misma fuente, Zócalo proporciona información sobre la consulta que Vicente Fox realizó el 31 de agosto, sobre instituciones culturales, como las televisoras de canal 11 y 22, así como Radio Educación, que en su momento se pensó, el nuevo mandatario las ofrecería al mejor postor. Sin embargo, “Marta Sahagún dijo ante los concesionarios que, el Ejecutivo mantendrá la actual estructura (de los medios), sólo IMER dependerá de la SEP”<sup>12</sup>.

En el mismo número de este periódico especializado en medios de comunicación, una “cabeza” y varios “balazos” parecían predecir lo que vendría:

“Desafortunadas actitudes de Vicente Fox frente a los medios de comunicación.

Desconocimiento grave en la materia.

Los concesionarios, principales beneficiados en caso de revisar la Ley Federal de Radio y Televisión.

Riesgo de que Fox rearme el contubernio entre los concesionarios y el poder”<sup>13</sup>

Tratando de clarificar la actuación de los medios en el 2000, nuevamente acudimos al editorial de Zócalo, esta vez en su número 3, con fecha de la segunda quincena de octubre: “Durante la clausura de la 42 semana Nacional de Radio y Televisión, la cúpula de los concesionarios abrió alguna de sus cartas. Adrián Vargas (dijo) *los empresarios de la radio y la televisión tenemos mucho que aportar, por lo que tampoco concebimos la modificación del marco jurídico actual sin tener en cuenta nuestras opiniones*”. Hasta aquí la cita, que también menciona la postura del recién electo presidente Fox: “Para enfrentar el pasado, habremos

---

<sup>10</sup> Periódico Zócalo. Número 3, octubre de 2000 página 5

<sup>11</sup> Idem

<sup>12</sup> La Jornada. 15 de noviembre del 2000 p.8

<sup>13</sup> Periódico Zócalo. Número 2, octubre de 2000 página 8

de construir una comisión de transparencia con ciudadanos de alta calidad moral que no habrá herida y que seamos un gobierno transparente que informa, que rinda cuentas, que garantice que nunca más se tomen decisiones que afecten a millones de personas... mi propuesta de cambio es poner fin a una cultura de privilegios y de ilegalidad, y dar paso a una nueva etapa de transparencia”<sup>14</sup> Sin embargo, sólo se quedó en eso, una propuesta, pues además no sólo no cambió esa cultura de privilegios a la que hacía referencia sino que la fortaleció y la hizo más evidente.

Los especialistas volvían a advertir que los concesionarios sólo querían aprovechar la coyuntura para proteger sus negocios e intereses y estaban reestructurando su posición, ya que las relaciones entre la cúpula del poder y la de los medios son añejas y complicadas.

En este mismo número del rotativo Zócalo, un encabezado se consignó para la reflexión:

“ De poder a poder, ¿quién cederá en la legislación de los medios?

Sin presiones ni chantajes: concesionarios

Atrás, viejas relaciones de complicidad: Fox

En diciembre, con la llegada del nuevo gobierno, se inauguró una nueva etapa en las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación, donde grupos de empresarios, analistas, grupos civiles, periodistas, entre otros deberían encontrar los consensos necesarios que propiciarían la evolución de la situación jurídico y social que hasta ese momento prevalecía en la televisión, la radio y la prensa escrita.

A lo anterior el periódico Zócalo señalaba “la llegada al poder de un grupo político distinto al que gobernó esta nación en los últimos 71 años, y sus promesas de poner en marcha una actitud opuesta al longevo contubernio ente el Ejecutivo Federal y los propietarios de los medios de comunicación, alientan con una

---

<sup>14</sup> Periódico Zócalo. Número 3, octubre de 2000 página 2.

bocanada de aire fresco la situación actual... sin embargo, los anuncios y expectativas no son suficientes para terminar con las añejas y nefastas relaciones medios-poder, aseguran los especialistas, quienes manifiestan serias reservas de que el gobierno de Vicente Fox cambie. Su incertidumbre dicen, es producto de la falta de oficio de su equipo de comunicación social".<sup>15</sup>

Las siguientes son cabezas aparecidas en la publicación mencionada donde comunicólogos y periodistas coinciden en conceptos que invitan a la reflexión.

\*Escasas propuestas en materia de medios; positivo primer mensaje de Fox.

\*El manto propagandístico de Fox peligroso populismo: Alva de la Selva."<sup>16</sup>

\* Una cabeza más: "Pasarela mediática de Fox... previa a su toma de posesión

\* Azcárraga Jean y Salinas Pliego, ¿los nuevos soldados del PAN?

\* Sana cercanía del guanajuatense con Televisa"<sup>17</sup>

Casi para concluir el 2000, Reforma anuario del 2000, señala que TV Azteca termina el año con su litigio con CNI Canal 40, el cual sería arrastrado hasta los primeros días del año 2003; Televisa por su parte finaliza el año con un frustrado nexo entre ellos y Grupo ACIR, porque la Comisión Federal de Competencia (5 de diciembre del 2000), la considera como una práctica monopólica.

En el párrafo anterior vemos cómo las dos grandes cadenas televisivas pretenden reestructurarse; no les importa sobre qué o quiénes tienen que pasar. Sin embargo, esta vez sus estrategias fallaron, pues a pesar de atacarse aparentemente una a la otra, siempre serán aliadas cuando se trate de defender los intereses de los concesionarios.

---

<sup>15</sup> Periódico Zócalo, Número 6, diciembre de 2000, página 2.

<sup>16</sup> Idem p. 6

<sup>17</sup> Idem p. 7

Es así como termina el año 2000 que dio paso al cisma en muchos sectores de México. Un año definitivo por las elecciones y el nuevo régimen panista, donde los concesionarios apostaban a un doble juego: de entrada apoyaban al candidato oficial, y también al opositor, -sin importar quién ganara- ellos seguirían manteniendo la relación con el gobierno, y por tanto asegurarían el conservar sus privilegios y evadir cualquier tipo de sanciones.

Fue también un periodo donde se hicieron muchas promesas sobre un nuevo gobierno, donde se anunciaron cambios y “buena voluntad por el sector industrial de los medios”, pero que finalmente sólo quedó en eso, pues en los siguientes dos años, se obviaría que serían los concesionarios quienes dictaran el rumbo de los medios de comunicación electrónicos en México.

Pero, ¿cuál fue el panorama en el 2001?

## **AÑO 2001**

En el año que recién comenzaba los especialistas en medios de comunicación, académicos e incluso los mismos concesionarios se preguntaban cuál sería el destino de la relación que por décadas se había establecido entre concesionarios-gobierno, pues ante la llegada de un régimen encabezado por un partido antes opositor, el destino parecía incierto.

La incertidumbre de saber si seguirían manteniendo sus privilegios, la obtención de ganancias mutuas, así como los favores recíprocos parecían haber llegado a su fin pues durante la campaña del ahora presidente Vicente Fox, este prometió que muchas cosas cambiarían y serían muy diferentes a cómo se habían manejado en los regímenes anteriores.

Sin embargo las cosas no fueron así, pronto los industriales de la radio y la televisión intuyeron la posibilidad de mantener su pacto político y económico

establecido por mucho años con el gobierno, y no sólo ello, sino incrementar su ascenso al poder y expandir aún más sus horizontes, y con ello también sus ganancias.

Los hombres de los medios reafirmaron, estrecharon e hicieron visible su nueva relación, ahora con el gobierno “de oposición”, quien les dio todas las facilidades para continuar con sus privilegios, sólo que ahora de manera más visible, sin necesidad de esconderlo.

Alma Rosa Alva de la Selva, investigadora en medios de comunicación y catedrática de la UNAM, señalaba: “la primera muestra de ello (relación gobierno-medios) se dio en los días finales de enero, cuando la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado aprobó un nuevo punto de acuerdo en el que exigía a la Secretaría de Gobernación (Segob) aplicar la ley y no someter a negociación alguna el cumplimiento de las normas frente a las televisoras. Ello, a propósito de la exigencia de un cambio de horario (de vespertino a nocturno) para los *talk shows*... ante esto, el senador Javier Corral solicitó al poder Ejecutivo no negociara la ley con los industriales, ya que era inadmisibles que el nuevo régimen, llamado “democrático” siguiera con este tipo de relación<sup>18</sup>.

Ante la exigencia de cumplir la ley por parte del poder legislativo, al cual posteriormente se sumaron organismos civiles, las televisoras respondieron de manera condicionante, ya que la polémica comenzó por los temas y horario de los denominados “*talk shows*”, sin embargo, ni Televisa ni TV Azteca querían ceder espacio una a la otra, y ambas decían que sólo modificarían su programación o el horario, si la otra lo hacía también, aunque finalmente los programas siguieron en su mismo horario.

---

<sup>18</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2002 # 74.

Como ya mencionamos anteriormente los *talk shows* serían un punto detonante para que se volviera a considerar la posibilidad de instalar el organismo encargado de vigilar los contenidos de los medios de comunicación, que sin embargo sólo se quedaría en propósito pues, los hombres de los medios responden proponiendo su Consejo de Autorregulación, ante la complacencia del gobierno.

A lo anterior Alma Rosa Alva señaló: “Otra muestra de la fuerza política de los industriales de la radio y la televisión, cuya exploración del terreno político iba consiguiendo éxito, se dio con la pretendida reinstalación (pues prácticamente no ha funcionado desde su creación), prevista para el 12 de febrero, del Consejo Nacional de Radio y TV, cuyo funcionamiento está contemplado en la Ley Federal de Radio y Televisión, en lo que vendría a ser, en palabras de Santiago Creel, Secretario de Gobernación, todo un acontecimiento histórico”<sup>19</sup>. Sin embargo los industriales responden hablando de los beneficios de la autorregulación, creando su propio Consejo de Autorregulación.

Otro punto en el que también los concesionarios reafirmaron su poder fue en el refrendo de las concesiones: “en la renovación de 82 concesiones que la actual administración había dejado pendientes, de frente al proceso de la reforma integral del marco legal de los medios electrónicos, iniciado en marzo, con un proceso de intercambio de opiniones y búsqueda de consensos sobre la materia a través de mesas de discusión –en las que participaron por primera vez representantes de la academia en el campo de la comunicación y de organizaciones sociales–, y en donde el tema de las concesiones fue, justamente, uno de los más candentes”<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2002 # 74.

<sup>20</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2002 # 74.

Lo más prudente en este tema de las concesiones era que aceptaran el plazo de un año que proponía el gobierno, ya que se esperaba que con la Reforma de los Medios se acabara con la discrecionalidad, sin embargo, los industriales demandaron el refrendo hasta por los 30 años que establece la ley, para finalmente lograr un refrendo por 12 años, sin ninguna evaluación de por medio. Así, lograron su demanda de renovación de concesiones sin reforma legal.

Y continuando con los *“talk shows”* que tuvieron tanta repercusión en el 2001, no sólo los legisladores exigían su salida de la programación, también como ya señalamos, lo hicieron numerosos anunciantes de la televisión mexicana, quienes se dirigieron a TV Azteca y Televisa: “Para que cumplan con la Ley Federal de Radio y TV, con el fin de mejorar los contenidos de la programación y eliminar aquellos que perturben el desarrollo de la niñez y la juventud”<sup>21</sup>

Los anunciantes, que emprendieron pláticas con altos directivos de las televisoras, indicaron que tal acción constituía un primer paso de una batalla social en contra de los medios en donde empresas y sociedad demandan que se aplique el artículo quinto de la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual establece que los medios electrónicos tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Las compañías puntualizaron que sólo estarán dispuestas a patrocinar aquellos contenidos atractivos que promuevan un entretenimiento sano. Sin embargo, descartaron que tal postura implicaría la salida del aire de sus anuncios.

Finalmente, como parte del poderío que los medios de comunicación desplegaban con la administración foxista, los concesionarios lograban una alianza de las cadenas TELEVISA y la española PRISA, en la que con claridad y hasta con el aval presidencial, se pasó por encima de la ley que prohíbe la participación de capital extranjero en la industria.

---

<sup>21</sup> La Jornada, febrero 14 del 2001.



Hay que señalar que no se trata de estigmatizar a los concesionarios como elementos nocivos para la sociedad, pues en el año 2001 también se vislumbró una línea abierta por los concesionarios en donde buscaban credibilidad, convertida, en esos tiempos de la llamada transición política, en factor de rentabilidad y de *rating*.

Ante el ambiente social donde imperaba el deseo de cambio y apertura existente en los primeros meses de la nueva administración de gobierno, las televisoras se vieron necesitadas de una apariencia más a tono. Pero no es sencillo combinar tal requisito con los objetivos de lucro que, en el caso de la televisión comercial del país, se han antepuesto a cualquier otro tipo de consideración, en una jerarquía que es difícil trastocar de la noche a la mañana, para pasar a exaltar la democracia y la libertad de expresión en la pantalla.

Así, una primera muestra de sus novedosas intenciones tiene lugar a propósito de la marcha zapatista hacia la ciudad de México, cuando TELEVISIÓN y TV Azteca se unieron para organizar ChiaPAZ, (concierto por la paz, el 3 de marzo en el Estadio Azteca), y los dirigentes de los consorcios televisivos hicieron el anuncio del evento y al mismo tiempo, un llamado a la unidad nacional.

La necesidad de credibilidad, y por tanto de *rating* más las nada desdeñables ganancias económicas, lograron que las televisoras reacomodaran sus espacios y comentaristas durante el trayecto de la marcha zapatista; esto se manifestó con la llegada de Ricardo Rocha a TV Azteca; además la televisora del Ajusco cambió además su anterior director de noticias y nombró a José Ramón Fernández en su lugar, además se suscitó la salida del periodista Raúl Sánchez Carrillo de dicha televisora.

Pero el caprichoso y a la vez determinante *rating* no sólo afectó los espacios noticiosos, sino que repercutió incluso en las telenovelas y en otro tipo de programas.

“Así, el descenso de los niveles de audiencia en varias emisiones explica la permanencia, o bien la aparición de programas sensacionalistas o de nota roja en la pantalla chica durante el 2001, como también la continuidad de la práctica de la espectacularización de la noticia en los espacios informativos (que tuvo sus mejores ejemplos en el ataque a las Torres Gemelas en Nueva York y la invasión a Afganistán) e incluso la introducción por TELEVISA de la versión para México del Big Brother, considerado éxito seguro de audiencia”<sup>22</sup>. Esto significó que con tal de incrementar sus ganancias, a los concesionarios no les importó cuál era el contenido de los programas, lo único importante era incrementar ganancias y ganar público.

El descenso de los *ratings* ocasionó problemas con la inversión publicitaria que también se redujo motivando con ello problemas financieros, recorte de personal y suspensión de proyectos; es por ello que podríamos considerar al 2001 como un año de uniones, reestructuraciones y alianzas, particularmente en lo referente a la búsqueda de socios extranjeros, ejemplo claro es la de TELEVISA y Endemol Corporativo, empresa creadora del Big Brother (para cuya introducción en México fue establecida la alianza) y productora y distribuidora en el campo de Internet.

“Otra alianza significativa ocurre entre la empresa Argos y Cablevisión (propiedad de Slim y TELEVISA), para lanzar al aire la señal de Canal 46, Zoom TV, que busca constituirse como una opción televisiva distinta. No menos importante fue el anuncio de la próxima fusión de los dos sistemas de TV directa vía satélite, Sky, de TELEVISA, con Direct TV (MVS), y que hasta el

---

<sup>22</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2002 # 74

momento de escribir estas líneas no se había consumado. Hacia mitad del año, Emilio Azcárraga Jean hacía notar su confianza en la operación”<sup>23</sup>, con la cual el hombre más rico de América Latina se convertía en socio del Imperio televisivo más importante de México.

“Tales procesos de reestructuración económica ocurrían cuando contradictoriamente, también en junio, Azcárraga Jean declaraba: Por su poderosa influencia política, social y cultural, la radio y la TV deben seguir siendo una industria mexicana”<sup>24</sup>.

Una vez mostrado un panorama general, nos centraremos y haremos resaltar en forma cronológica y de manera más cercana a los tópicos que atañen esta investigación que desembocarían en la instalación del Consejo de Autorregulación.

Los siguientes son los puntos que resalta la maestra y especialista, María Esther Navarro Lara, en materia de Comunicación en el año 2001, donde incluye por supuesto a los medios de comunicación electrónicos.

En la ponencia de la especialista “¿Cambio o retroceso en la política del presidente Fox, en materia de medios de comunicación?”. María Esther Navarro Lara. Foro de Análisis “Comunicación, Medio y Reforma del Estado en México” 13,15, 19 y 22 de noviembre, México, D.F. señala que, el 8 de febrero, el presidente Vicente Fox recibió a los concesionarios de la CIRT en el salón Venustiano Carranza, quienes le informaron sobre su decisión de crear el Consejo de Autorregulación y le informan quienes lo integrarían (ver capítulo 4).

Navarro señalaba que “José Luis Durán Reveles, subsecretario de comunicación social de la Secretaría de Gobernación, indicó que las reformas a la Ley Federal de

---

<sup>23</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación, marzo-abril 2002 # 74

<sup>24</sup> Idem

Radio y Televisión se harán sólo por consenso y que el Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá un comité asesor, conformado por representantes de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Politécnico Nacional, el Colegio Nacional, el CONACYT y el Consejo de Publicidad (10 de febrero de 2001, Jornada p 9)”<sup>25</sup>

El 12 de febrero se publicaba en *La Jornada* que Marta Sahagún, en ese momento encargada de comunicación social, anunció el programa de entrenamiento de todos los miembros del gabinete presidencial, para usar la radio y la televisión, con claro sentido político, que duraría 10 horas y tendría un costo de 110 mil pesos.

Continuando con este mes, Pedro Cerisola, Secretario de Comunicaciones y Transportes, anunció el día 14, que habría cambios en las concesiones de radio y televisión, que se acaba con la discrecionalidad, para dar mayor certidumbre a los inversionistas y entablar un diálogo con los concesionarios y buscar el beneficio de éstos y la sociedad; al mismo tiempo, la señora Sahagún destaca la importancia de los medios al decir: “ si el gobierno realiza algunas acciones, pero éstas no fueron cubiertas por la prensa, es como si no hubieran existido”<sup>26</sup>

Otro de los puntos que cita Navarro Lara es: “el subsecretario de comunicación social, fue convocado por la Cámara de Senadores, para explicar las acciones emprendidas contra las televisoras por la difusión de los *talk shows*, éste reconoció la insuficiencia de la ley y la necesidad de reformarla para dotar al gobierno de elementos que le permitan actuar para garantizar valores sociales.

En esta secuencia cronológica, María Esther Navarro llega al mes de marzo, y argumenta que el 1º de marzo Fox ofrece no regular los medios de información; el

---

<sup>25</sup> María Esther Navarro Lara. “¿Cambio o retroceso en la política del presidente Fox, en materia de medios de comunicación?”. Foro de Análisis “Comunicación, Medio y Reforma del Estado en México” 13,15, 19 y 22 de noviembre, México, D.F.

<sup>26</sup> Idem

6 de marzo Santiago Creel, secretario de Gobernación instala la mesa para la Reforma a la Ley de Radio y Televisión, conformada por comisiones del Congreso, la SEGOB, la Secretaría de Comunicaciones, la CIRT, el Consejo Nacional para la enseñanza e Investigaciones en Ciencias de la Comunicación, entre otros organismos; sin embargo un día después, el 7 de marzo, Vicente Fox instala el Consejo de Autorregulación de la CIRT.

En una franca relación de medios y poder, Fox expropia a favor TV Azteca un predio, cuyo costo real por metro era de 6 mil pesos, sin embargo, él lo valuó en sólo 500 pesos por ejidatario, esto consigna La Jornada el 28 de junio.

### **Año 2002**

En el año 2002, sucedieron acontecimientos relevantes en materia de comunicación social, los siguientes son los que más importan para los fines de esta investigación:

- ◆ En mayo de este año, el subsecretario de Gobernación, José Luis Durán, anunció la conformación de un grupo redactor de carácter técnico para elaborar el primer borrador del anteproyecto de Ley de Radio y Televisión, producto de los acuerdos de la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de los medios electrónicos, donde se encuentran: la garantía al derecho de réplica en dichos medios, eliminar la discrecionalidad en la renovación de concesiones y otros (La Jornada, 22 de mayo del 2002).
- ◆ Repentinamente el 10 de octubre de 2002, durante la reunión anual de los Concesionarios de la Radio y la Televisión, su entonces presidente Bernardo Gómez anunció que se había derogado el 12.5 por ciento de tiempo fiscal, (impuesto que a juicio de él y, tergiversando la historia, lo puso como una mordaza del gobierno de Díaz Ordaz, debido a las imágenes transmitidas de la

masacre en Tlatelolco en 1968). Este y el siguiente punto aparecen publicados en una inusual edición vespertina del Diario Oficial de la Federación.

- ◆ Durante ese día 10 de octubre, Vicente Fox, presidente de la República abrogó el Reglamento de Radio y Televisión expedido en 1973, y publicó un nuevo reglamento con ayuda en la redacción de los concesionarios, quienes consiguieron entre otras incursionar en la autorregulación y reducir significativamente el tiempo fiscal. (Ver nuevo reglamento en los anexos). Sin más consentimiento que el de Fox, el impuesto quedó de 12.5 a 1.5 por ciento del tiempo fiscal de sus transmisiones. Esto es: le arrebataron al Estado tres horas diarias, quedando como sigue: "artículo 1º ... fracción I. Los concesionarios que tengan calidad de responsables solidarios del pago de dicho impuesto y, por tanto como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación pagarán la contribución que se menciona con 18 minutos diarios de transmisión en el caso de las estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio...".<sup>27</sup>

Además de condonarles los impuestos en especie de 12.5 por ciento de tiempo de sus transmisiones, el reglamento modificó la composición del Consejo Nacional de Radio y Televisión, consiguiendo con ello, una vez más imponer su autoridad, puesto que el nuevo reglamento contempla en la fracción VI del artículo 49 del título séptimo, promover la tan mencionada autorregulación de los medios propuesta por los industriales de los medios. Con sus acciones, el presidente deja fuera del proceso al poder legislativo, por lo que integrantes de dicho poder y los representantes de los partidos políticos, así como miembros de la sociedad civil anunciaron que interpondrían una controversia constitucional; sin embargo, las cosas se quedaron tal cual.

Así, en un gesto de complicidad con los concesionarios, el propio presidente de la República, abrogaba el reglamento vigente y promulgaba un nuevo reglamento,

que en suma cambia la composición del Consejo Nacional de Radio y Televisión y deroga el impuesto de 12.5 por ciento utilizado como tiempo fiscal, lo cual constituye una burla para los legisladores, los grupos académicos, la sociedad civil y organizaciones que participaban de manera conjunta en una reforma consensada y pensada por más de un año; todo mediante una maniobra legal pero no legítima.

Con el nuevo reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión (10 de octubre de 2002), dispone que el Secretario Técnico del Consejo Nacional de Radio y Televisión, será el titular de RTC, éste será un miembro permanente de este organismo y siguiendo con la simulación, este organismo se “ciudadanizo” integrando a un representante de la sociedad civil, con voz, pero sin voto.

- ◆ Después del “decretazo”, la Secretaría de Gobernación anuncia que las Asociaciones Religiosas podrán ser concesionarias de medios electrónicos (La Jornada, 18 de octubre, página 15).
- Posteriormente el 7 de Noviembre, continuando con la supuesta reforma de los medios del presidente, se instala el Consejo Nacional de Radio y Televisión, “Durante la ceremonia de instalación, que se realizó en el Salón Juárez de esta dependencia, Creel Miranda resaltó que los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en el proceso democrático y político de nuestro país, en particular, los medios de comunicación electrónicos, que son la principal fuente de difusión de la información y de entretenimiento para toda la población.

Destacó, ante los secretarios de Educación Pública, y de Comunicaciones y

---

<sup>27</sup> Reglamento de la Ley Federal de Radio y televisión, en el Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre de 2002, edición vespertina página 13.

Transportes, Reyes Tamés Guerra y Pedro Cerisola Weber que este Consejo será desde hoy una entidad coadyuvante, un instrumento de orientación y, nunca, subrayó, de imposición; es una herramienta de asesoría para que el Ejecutivo Federal preste un mejor servicio en la regulación y en la superación de la radio y de la televisión en beneficio de la sociedad”<sup>28</sup>. “Con esta nueva acción, quedan fuera del contexto 65 organizaciones civiles”<sup>29</sup>.

- ◆ A sólo 4 días de concluir el 2002, se suscita un conflicto de intereses entre concesionarios, por la señal de Canal 40, problema existente desde el año 1999, CNI y Televisión Azteca después de más de dos años de reclamos por un contrato incumplido por parte de la primera, y diversos veredictos que cada uno interpreta a su favor, la televisora del Ajusco toma la justicia en sus manos y confisca las instalaciones e invade la frecuencia del Canal de Javier Moreno Valle, por lo que bloquean la señal.

Ante tal situación el gobierno entraría en acción hasta 10 días después, siendo ya los primeros días del año 2003, y se ve obligado a intervenir debido a la presión ejercida por periodistas, intelectuales, académicos y gente de la misma afectada. La respuesta fue tibia y sin sanciones hacia la televisora que invadió a la otra, muy al estilo mexicano, los concesionarios hacen justicia por su propia mano, aunado a su clásico poder, el presidente en turno de la CIRT, pertenece a TV Azteca, por lo cual la sanción no existe.

Tales fueron los hechos que conformaron de manera general el panorama del año 2000 al 2002 en los medios electrónicos.

Cabe destacar que este último año, el 2002 fue sumamente importante en la relación medios-Estado, pues se fortaleció la relación de poder entre los concesionarios y el gobierno, además fue evidente la complicidad y disposición del

---

<sup>28</sup> Boletín no 439/02. Secretaría de Gobernación 7 de noviembre de 2002.

<sup>29</sup> La Jornada. 7 de noviembre de 2002. Página 8.



gobierno hacia los hombres de los medios; además hizo más clara y visible esta relación de poder, lo cual pudimos comprobar con el “decretazo” y la respuesta ante el conflicto entre concesionarios de TV Azteca y CNI Canal 40, donde si no hubiera sido exigida una repuesta por la sociedad, el gobierno no hubiera intervenido.

## 2.2 Actual situación legal de los medios de comunicación

Después de presentar un panorama general, cabe reflexionar sobre el siguiente problema ¿Cómo quedaron las cosas en materia de medios de comunicación electrónicos después del “*decretazo*” del presidente Fox?

Luego de pormenorizar el servilismo y complacencia que el gobierno guarda hacia los concesionarios, podemos decir que se confirma de nuevo el favoritismo gubernamental hacia los grupos que manejan la radio y la televisión, pues les “regaló” el tiempo fiscal, que aunque tenía dudoso origen permitía que otras instituciones del Estado pudieran tener acceso a lo medios y difundir sus mensajes.

El presidente redujo el tiempo fiscal como si fuera exclusivo de él, sin tomar en cuenta que ese era un tiempo del Estado, un recurso con el cual contaban instituciones como el IPN, UNAM, el IFE y partidos políticos, a los cuales dejó con escasas posibilidades de transmisión. En cambio, a los concesionarios les otorgó la oportunidad de venderle a estas instituciones tiempo para difundir sus mensajes.

Pudimos ver también la forma en que fue burlado el trabajo llevado en conjunto por especialistas, sociedad civil y legisladores, quienes trabajaron por más de un año con el fin de alcanzar propuestas que permitieran realizar la Reforma Integral de los Medios de Comunicación, buscando llegar a acuerdos en beneficio de todos los sectores, sin embargo, a la hora de formular el nuevo reglamento, sus propuestas no fueron consideradas ni por el presidente, ni por los concesionarios, aún y cuando ya habían sido discutidas en la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de los Medios Electrónicos.

Finalmente se puede concluir que ante estos hechos se hizo más evidente y visible la complicidad entre gobierno-concesionarios, ignorando a otras instancias

y burlando a la sociedad civil, ante lo que prometieron cambiaría, y que sin embargo, se reafirmó.

Raúl Tejo Delarbre, especialista en medios de comunicación e Investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, expresa detalladamente lo que él considera las falacias dichas con respecto a los cambios hechos por el Ejecutivo<sup>30</sup>.

El autor señala que los acuerdos del “decretazo” se dieron “bajo el agua”, entre el ejecutivo y los concesionarios de la CIRT: “El dirigente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, Bernardo Gómez, pudo ufanarse al informar las nuevas disposiciones: *“hemos reconstruido las reglas que para los medios de comunicación electrónicos son importantes, todo ello en beneficio de la legalidad, de la transparencia y del servicio a la sociedad mexicana”*. A él, al presidente Fox y al secretario de Gobernación se les olvidó que las reglas en México, al menos según el marco jurídico, debieran ser establecidas por el Congreso. Se trata de un caso único en donde las normas son establecidas por quienes van a ser destinatarios de ellas”<sup>31</sup>.

Los concesionarios aprovecharon la maniobra para hacer creer que el 12.5 por ciento de impuesto fiscal, les había sido impuesto por la “libertad de expresión que ejercieron en 1968”. El presidente de la CIRT aseguró el 10 de octubre: “Durante 33 años este impuesto amenazó nuestra libertad de expresión por su incertidumbre”.

Con el “decretazo” del 10 de octubre de 2002, cuando se redujeron los tiempos fiscales, se propició que las estaciones de televisión vendiesen más espacios

---

<sup>30</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical “Sociedad y Poder”* (15 mentiras del Gobierno y de la CIRT). 13/oct/2002

<sup>31</sup> Idem

publicitarios de los que antes les estaban permitidos, lo que resultó en claro beneficio para las empresas.

“El reglamento anterior indicaba que a partir de las 20 horas las televisoras podían destinar para anuncios comerciales sólo la mitad del tiempo autorizado en otros horarios, que era equivalente al 18 por ciento del tiempo de transmisiones. Ahora el tiempo para esa propaganda puede ser, a cualquier hora, del 18 por ciento (es decir, casi once minutos en cada hora)”<sup>32</sup>.

Aunque el Ejecutivo aseguraba que con las nuevas disposiciones el Estado sale ganando, es evidente que el Decreto despojaba al Estado no sólo de la mayor parte del tiempo fiscal, sino además les quitaba a las instituciones estatales el derecho a participar de los minutos que el gobierno pudo conservar. También le restaba tiempo de difusión al Congreso, a la UNAM, Instituto Federal Electoral y a los partidos políticos.

“Esas instituciones podrán utilizar la media hora de tiempo estatal que establece el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión (que es un espacio distinto al tiempo fiscal). Pero esos 30 minutos serán insuficientes, ya que ahora en lugar de los 180 minutos que significaba en cada estación de televisión y radio, el tiempo fiscal quedó reducido a 18 minutos diarios en televisión y a 35 en radio. Se trata de una pérdida del 90 por ciento y de más del 80 por ciento, respectivamente”<sup>33</sup>.

Otro de los supuestos beneficios que propagó el gobierno fue que, los mensajes del gobierno se difundirían ahora en mejores horarios y tendrían más audiencia. El secretario Santiago Creel aseguró: “hemos ganado ciento por ciento en niveles de audiencia para el tiempo desde el punto de vista que se le da al Estado y al gobierno”. Sin embargo tal parece que al titular de la SEGOB se le olvidó que el

---

<sup>32</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical “Sociedad y Poder”* (15 mentiras del Gobierno y de la CIRT). 13/oct/2002

<sup>33</sup> Idem

Reglamento de 1973 no precisaba los horarios de tiempo fiscal, además que la secretaría a su cargo, la encargada de cumplir la ejecución de esos tiempos nunca hizo nada por los horarios del tiempo fiscal.

El nuevo decreto establece que los 18 y 35 minutos diarios en televisión y radio podrán ejercerse entre 6 y 24 horas. Es decir, no habrá más mensajes oficiales en la madrugada. Pero en ningún sitio dice que habrán de transmitirse en horario Triple A. No hay elemento alguno para que pueda afirmarse que la comunicación del gobierno mejoró en audiencia porque no se sabe a qué horas será transmitida la mayor parte de ella.

Al contrario, el decreto implica una enorme pérdida de calidad en el uso de ese tiempo. "...Anteriormente los espacios fiscales podían ejercerse en segmentos de cualquier duración. Gracias a ello se transmitían programas de media hora y hasta una hora, como las producciones del IFE y la UNAM. En cambio ahora ese tiempo, que como antes indicamos sólo puede invertido para transmitir mensajes gubernamentales, únicamente se empleará en segmentos de 20 a 30 segundos. Sólo habrá espacio para pequeños anuncios y ya no para programas con mayor extensión y mejores contenidos"<sup>34</sup>.

En lo que respecta a las concesiones el ejecutivo argumentaba a su favor que se transparentaba la adjudicación de las concesiones. El otorgamiento de una concesión de televisión o radio sigue a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ya que esa atribución se encuentra establecida en la Ley Federal de Radio y Televisión que sólo puede ser modificada a través del Congreso. Lo que hizo el presidente fue expedir un nuevo reglamento para esa ley. Pero las nuevas normas sólo reiteran la discrecionalidad, la parcialidad y el autoritarismo gubernamentales en la asignación de concesiones. Si se hubiera querido propiciar

---

<sup>34</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical "Sociedad y Poder"* (15 mentiras del Gobierno y de la CIRT). 13/oct/2002

alguna transparencia, en el Reglamento podrían haberse establecido la realización de licitaciones públicas para adjudicar esas concesiones.

El refrendo de las concesiones será automático, fue otra de las falacias de Vicente Fox. El presidente aseguró ante los radiodifusores que para la renovación de las concesiones se logró “el refrendo automático, libre de compromisos políticos”. Sin embargo “el artículo 13 del nuevo Reglamento establece que la renovación de un título de concesión estará supeditada a “que el concesionario haya hecho un buen uso del espacio radioeléctrico...” lo cual será evaluado a partir de un informe técnico de la Secretaría de Comunicaciones y un dictamen de la Secretaría de Gobernación. El ejecutivo también añadió que las concesiones ahora tendrán una duración de doce años. Así lo aseguró el presidente de la CIRT, Bernardo Gómez. Sin embargo el reglamento no menciona ese plazo”<sup>35</sup>.

Uno de los falsos argumentos que se señalaron después del 10 de octubre, y que para esta investigación resulta más importante, es que según el Ejecutivo, se propicia la participación de la sociedad. El presidente se jacta de que el nuevo reglamento modifica la composición del Consejo Nacional de Radio y Televisión para que haya participación directa ciudadana en la fijación de criterios de clasificación de los contenidos de la programación, sólo que la sociedad participa con voz, pero sin voto.

“...El Reglamento anterior le confería a ese Consejo la facultad de “elevar el nivel moral, cultural y artístico de las transmisiones. El Reglamento de Fox sólo le adjudica funciones consultivas: “recomendar medidas”, “realizar estudios”, “proponer medidas”, “organizar festivales” y “promover la autorregulación”<sup>36</sup>.

En lugar de tener más participación social, en ese Consejo ahora hay mayor influencia de los empresarios. El Consejo fue establecido por la Ley Federal y lo

---

<sup>35</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical “Sociedad y Poder”* (15 mentiras del Gobierno y de la CIRT). 13/oct/2002

<sup>36</sup> Idem

integran ocho personas: cuatro funcionarios del gobierno (representantes de las secretarías de Gobernación, Comunicaciones, Educación y Salud), dos representantes de los empresarios y dos de los trabajadores de ese ramo. Más tarde el Reglamento indicó que habría “un representante más de los trabajadores” de tal suerte que serían 3 y no 2 los delegados del sector laboral. Ahora las cosas serán al revés. El nuevo Reglamento dice que habrá un representante más, pero de la industria de la radio y la televisión, de acuerdo con lo publicado en el DOF del 10 de octubre de 2002 en su edición vespertina.

“Los miembros que en ese Consejo tendrán atribuciones plenas, el nuevo Reglamento prevé incluir “con voz, pero sin voto, a un representante de la sociedad civil organizada”. Esa es la idea de participación social que tiene Fox, Creel y la CIRT. Que la gente hable pero que no intervenga en las decisiones. Voz sí, voto no”<sup>37</sup>.

Cabe señalar que el nuevo reglamento no indicaba cómo se designaría a esa persona de la sociedad civil que habrá de estar en el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

De esta manera, el gobierno foxista oficialmente se interesara por promover la participación social, y sin embargo, decretaba la desaparición del Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión. El Comité Asesor, en cuya integración se contemplaba la presencia de miembros de las universidades, había sido creado por un decreto de 1986 y aunque nunca funcionó con regularidad, podía haber sido un útil espacio de deliberación. El decreto de Fox anuló a ese Comité.

Con el “decretazo” también se crearía un registro de concesiones, y otros asuntos relativos a los medios electrónicos. Pero esos datos sólo podrán ser consultados

---

<sup>37</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical “Sociedad y Poder”* --(15 mentiras del Gobierno y de la CIRT). 13/oct/2002

por el público cuando no se trate de información “que, por sus características, se considere legalmente con carácter confidencial”<sup>38</sup>.

Finalmente, después de haber rescatado los tópicos relevantes para esta investigación tenemos que Fox validó su acción al afirmar que las nuevas disposiciones eran una demanda de la sociedad y un compromiso de su campaña presidencial. Sin embargo, nadie le exigió o propuso que el gobierno les regalara a los concesionarios el patrimonio que tenía con el 12.5 por ciento del tiempo fiscal. Los únicos que exigieron esas modificaciones fueron los empresarios más poderosos de la televisión y la radio. Con ellos, al expedir el reglamento y el decreto del 10 de octubre, es con quienes se ha congraciado el gobierno, más no con la sociedad.

Es así como vemos la nueva situación de los medios electrónicos después de ese fatídico 10 de octubre, cuando Fox hacía alarde de su “cambio” en materia de medios de comunicación, pero que al parecer y bajo los argumentos de especialistas como Raúl Tejo Delarbre, sólo fue una clara maniobra de complacencia y complicidad con y para los hombres del poder en México: los concesionarios de la radio y la televisión.

Pero las cosas no quedaron ahí, pues la sociedad civil organizada, académicos e incluso legisladores protestaron, como fue el caso del Senador Javier Corral, aunado a la toma de Canal 40 por parte de TV Azteca y que la autoridad no interviniera (hechos ya detallados en el capítulo I, apartado 1.1), por lo que se vislumbran acciones a seguir, pero al parecer sólo quedó en el intento porque la LVIII Legislatura que llevaba el proceso de la Reforma de los Medios, le dio la espalda a ésta, pues los legisladores del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) votaron en contra del dictamen que en un principio habían apoyado.

---

<sup>38</sup> Raúl Tejo Delarbre. *Milenio columna Dominical “Sociedad y Poder”* (15 mentiras del Gobierno y



Respecto a lo anterior el periódico Zócalo apuntó: “el martes 25 de febrero cuando los senadores del PAN, PRD y PCD que forman parte de la subcomisión de Evaluación y Análisis de la Iniciativa de Ley Federal de Radio y Televisión se reunieron para acordar los términos del dictamen que esperaban aprobar el próximo periodo ordinario (del 15 de marzo al 30 de abril del 2003), sus homólogos del PRI, en voz del legislador Mariano González Zarur, propusieron realizar nuevos foros de consulta para que fuese posible la participación de los concesionarios de todo el país.

El mensaje no confundió a nadie. En víspera de los comicios del 9 de marzo en el Estado de México, y a cinco meses de las elecciones federales que renovarían la cámara de diputados, el PRI y el PVEM le aclaran prácticamente a los concesionarios que ellos también, como en su momento lo hiciera el gobierno federal al desaparecer el 12.5 de los tiempos fiscales, respaldan a los empresarios de la radio y la televisión manteniendo su *status quo* legal que tanto favoreció el PRI cuando estuvo en la presidencia de la República”<sup>39</sup>.

Así, con esta propuesta, el dictamen se congeló para llevar a la práctica lo propuesto por el senador González Zarur durante los meses de marzo y abril, como si los estudios previos hechos por la LVI, LVII y LVIII Legislaturas no fueran suficientes, y como si el término del último periodo ordinario de sesiones de esta legislatura el 30 de abril del 2003 aún estuviera muy alejado.

Nuevamente en una argucia política, tras el poder, los concesionarios volvieron a salirse con la suya, conservando sus intereses y reforzándolos con el “decretazo Fox” y la complicidad de los legisladores del PRI y PVEM.

---

de la CIRT). 13/oct/2002

Es así como la relación entre el gobierno foxista y los concesionarios de los medios se mantiene y a la vez se afianza. A través de este recuento se aprecia cómo desde que Vicente Fox era candidato presidencial prometió cambios en la estructura que guardaban los medios con respecto a sus antecesores priístas; prometió revisar el régimen legal y hacer los cambios necesarios; sin embargo al asumir el poder no sólo siguió el camino ya impuesto por los anteriores regímenes sino que reforzó y puso en evidencia el poder y las concesiones alcanzadas por los hombres de los medios que se han trazado desde que surgen estos como ya lo hemos expuesto reiteradamente.

### **2.2.1 LOS ACONTECIMIENTOS MÁS RECIENTES (MARZO 2005)**

Aunque este trabajo de investigación está delimitado hasta el año 2003, debemos decir que a finales del año 2004 y principios del 2005, nuevamente se presentó la propuesta de la Ley Federal de Radio y Televisión, impulsada desde el Senado por Javier Corral, Manuel Bartlett y Raymundo Cárdenas.

Aunque se preveía que la nueva ley fuera a probarse en diciembre del 2004, hasta marzo de 2005 la presente ley seguía estancada debido a que, comenzaron a filtrarse los intereses políticos generados a raíz de los problemas ocurridos entre el Ejecutivo y el Legislativo por el presupuesto aprobado para el año 2005.

Entre las modificaciones más notables a esta propuesta de ley se encuentran cambiar las reglas de la televisión y poner fin al duopolio Televisa- Tv Azteca, pues los mencionados senadores consideran que los excesos de poder constituyen un freno a la democracia, ya que las principales televisoras tienen subyugados a los políticos y a la nación por el poder mediático, el cual ejercen sin restricción alguna bajo el argumento que la ley Federal de Radio y Televisión es obsoleta y por tanto desfasada de las situaciones actuales.

---

<sup>39</sup> Periódico Zócalo, Número 37, marzo de 2003, página 2.

En el siguiente índice se presentan de manera general los grandes tópicos que se pretenden modificar en la Ley Federal de Radio y Televisión.

- “1.- Creación de un órgano regulador, autónomo y plural
- 2.-Reglas de competencia
- 3.- Campañas políticas equitativas
- 4.-Derogar el “impuesto en especie”
- 5.- Cero vigilancia de Gobernación
- 6.-Libertad de Expresión
- 7.- Derecho de réplica
- 8.- Reducción de la vigencia de concesiones
- 9.-Las concesiones y su licitación pública
- 10.- Los premios
- 11.- La asignación directa
- 12.- Registro Público
- 13.-Límites para la publicidad
- 14.-Incentivar la creación y producción audiovisual nacional
- 15.- Espacio para la discapacidad auditiva”<sup>40</sup>

En los anexos finales se presentan de manera completa las propuestas de la nueva ley.

---

<sup>40</sup> La Revista. 15 de Noviembre de 2004 p.19-23



### **III.- El discurso de la autorregulación**

Como ya se revisó en los dos capítulos anteriores, los concesionarios de los medios electrónicos mexicanos han enarbolado el discurso de la autorregulación como la forma idónea de equilibrar –según ellos- los contenidos de los medios de comunicación. Aunque la autorregulación es básicamente una postura propositiva, a través de este capítulo veremos sus beneficios, pero también revisaremos que la autorregulación entendida por los especialistas como tal, dista mucho de lo que se propone en el caso mexicano, donde se intenta que la autorregulación sustituya al régimen legal.

Así pues, tenemos que la política, la economía, la cultura, las relaciones internacionales y muchas de las actividades sociales, han tenido que adaptarse permanentemente al entorno creado por los medios. La presencia de éstos no afecta únicamente a la esfera pública, sino que también disfruta de un puesto privilegiado al interior de los hogares, donde ha modificado los hábitos de la convivencia familiar y por tanto, las conductas en la sociedad.

Nuestras conductas de consumo y ocio se ven influidas por ellos, en especial por los mensajes publicitarios, los usos sociales y las modas que difunden. Los antiguos agentes de socialización, como la familia o la escuela, palidecen ante la cautivadora y poderosa influencia que ejercen los medios sobre los más pequeños. De una forma u otra han adquirido un protagonismo clave en nuestra civilización y el entorno simbólico en el que todos nos movemos depende cada día más de ellos.

Este potencial transformador de los medios no hubiera sido posible sin las nuevas tecnologías. Cada avance de la cultura de la comunicación ha ido unido a una nueva invención, a un nuevo avance técnico que ha multiplicado la capacidad de recoger y difundir mensajes de forma cada vez más completa, rápida, atractiva y

accesible para todos: la imprenta, el telégrafo, el teléfono, el cine, la radio, la televisión, el video, la computadora, etcétera.

Pero para hacer efectivo y general el disfrute de todas estas posibilidades no sólo se han requerido novedades tecnológicas. También ha sido imprescindible disponer de la libertad necesaria para que las informaciones y los conocimientos pudieran difundirse sin barreras; para que las opiniones y las ideas pudieran expresarse sin miedo: esto es, para conquistar eso que llamamos libertad de expresión.

La libertad de expresión y el derecho a recibir y difundir informaciones han sido considerados como uno de los derechos humanos fundamentales, tal y como se recoge en el Artículo 19 de la Declaración Universal de 1948:

“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”<sup>1</sup>.

La libertad de acción de los periodistas y de los medios representa una conquista difícil y costosa para la humanidad, misma que aún no se logra en muchos países. La expansión de la influencia de los medios en nuestra cultura no ha consistido por tanto únicamente en un proceso de avance tecnológico; también ha sido necesario un difícil proceso de emancipación de cualquier forma de control de la información, el conocimiento y la libre expresión de personas y pueblos.

---

<sup>1</sup> Ernesto Villanueva *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*. México UAM 1995 p. 19 Declaración Universal de los Derechos Humanos. Emitido por la ONU, 1948

Por todo ello, el discurso que ha acompañado siempre a los medios ha sido el de la promoción y defensa de su libertad. Frente a las intromisiones y los controles ajenos, una y otra vez se ha reclamado el pleno disfrute de su libertad de acción como requisito imprescindible para una sociedad libre y una civilización avanzada.

Sin embargo, el discurso de la libertad de los medios no debe soslayar otro hecho esencial: que los medios acaban convirtiéndose ellos mismos en un poder. Poder o influencia, lo cierto es que son ellos los que disponen ahora de una enorme capacidad para seleccionar los asuntos y las informaciones que centran la atención de la sociedad, y para modificar las concepciones simbólicas y los sistemas de valores de los individuos, influyendo así de un modo u otro en sus conductas. No hace falta abundar en esto: todos convivimos con los medios y experimentamos a diario su influjo. Es notorio que constituyen uno de los grandes referentes de nuestra civilización y su capacidad para influir en todos los órdenes de la vida no se puede pasar por alto.

Los medios, que disfrutaban de una enorme capacidad para influir en nuestras vidas, se han vuelto poderosos: son o forman parte de grandes organizaciones que poseen intereses políticos y económicos propios. Se produce así una peligrosa combinación: los medios disponen de un enorme poder y una gran libertad, es decir, una llamativa ausencia de los controles y regulaciones que encontramos en otras actividades e instituciones igualmente poderosas o influyentes de nuestras sociedades. Esta combinación genera un riesgo social al que debe prestarse atención.

Son muchos los autores, como Ignacio Ramonet, que piensan que los medios utilizan gran parte del poder y el protagonismo de que disponen únicamente en su propio beneficio, con vistas a obtener mayores ganancias o acumular más poder

aún; esto lo podemos ver en la siguiente cita del mencionado autor: “escepticismo, desconfianza e incredulidad son los sentimientos dominantes en los ciudadanos hacia los mass media, y muy particularmente hacia la televisión”<sup>2</sup>

Los mismos medios que deberían prestar un servicio a la sociedad, son vistos por ella como una amenaza; sin embargo no es conveniente percibir a los medios electrónicos como “el malo de la película”, se debe buscar la manera de aprovechar “el lado bueno” de éstos, es decir, utilizar de manera benéfica el poder que los mass media han alcanzado, ya que “la información es esencial para el buen funcionamiento de la sociedad. No hay democracia posible sin una buena red de comunicaciones y sin el máximo de informaciones. Gracias a la información, el hombre vive como hombre libre”<sup>3</sup>

Es por ello que con frecuencia, en los debates, encuentros o congresos sobre la ética de los medios, se llega a la conclusión de que es necesario recurrir a la autorregulación como la mejor forma de solucionar los problemas éticos de la comunicación. La mayoría de las veces, sin embargo, todo queda en una invocación final genérica e imprecisa. Incluso, algunas veces quienes hacen esta invocación no tienen muy claro realmente cuál es la función y el alcance de la autorregulación, qué mecanismos pueden ponerla en práctica, cuáles ya existen, cómo actúan y qué se puede esperar de cada uno de ellos, etcétera.

Para comprender esto, hay que empezar por un punto central: entender qué es la autorregulación y cómo funciona.

Pero también es necesario recalcar que la autorregulación es una buena postura, puesta en marcha con la ética y la deontología, pero es importante aclarar que ésta nunca sustituirá a un marco jurídico. Lo referente a lo legal establece límites y

---

<sup>2</sup> Ignacio Ramonet. *La Tiranía de la Comunicación*. Editorial Debate, S.A. p 191

<sup>3</sup> Idem



señalamientos. Sin embargo, no ocurre así en el caso mexicano, donde se ha intentado que la autorregulación sustituya al derecho.

Los concesionarios de los medios de comunicación han esgrimido la postura de la autorregulación como la mejor forma de equilibrar a los medios, aunque con ello han intentado desplazar a la obsoleta Ley Federal de Radio y Televisión o bien, intentan nulificar cualquier intento de reforma a esta disposición, pues con ello, perderían los privilegios obtenidos en tantos años de contubernio aunque, con desilusión, hemos visto que este contubernio se reafirmó con el nuevo gobierno foxista.

Pero entendamos mejor en qué consiste la postura de autorregulación, a través de las definiciones de los especialistas.

### **3.1 ¿Qué es la autorregulación?**

De acuerdo con lo expuesto por Hugo Aznar, en sus libros *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios* y *Ética y Periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*<sup>4</sup>, bajo el concepto de autorregulación de la comunicación se agrupan toda una serie de mecanismos e instrumentos relacionados con la actividad de los medios que comparten el objetivo de garantizar que su actuación se ajuste a los valores y normas de dicha actividad. Lo distintivo de la autorregulación es que tanto su puesta en marcha, como su funcionamiento y su efectividad dependen de la libre iniciativa y el compromiso voluntario de los tres sujetos de la comunicación: los propietarios y gestores de las empresas de comunicación (tanto públicas como privadas), los

---

<sup>4</sup> Aznar Hugo. *Ética y Periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de Autorregulación*. Barcelona, España. Páidos, 1999. 350 pp.

Aznar Hugo y Villanueva Ernesto. *Deontología y Autorregulación* México, Fundación Manuel Buendía, Universidad Iberoamericana, UNESCO. 258 pp.

profesionales que se desempeñan en los medios y el público que los recibe o protagoniza.

Ernesto Villanueva también aporta su definición sobre lo que significa autorregulación. Su noción está más enfocada al ejercicio periodístico: “... autorregulación informativa es un sistema voluntario de reglas de conducta ética del trabajo periodístico, susceptibles de ser exigidas por la sociedad, es decir, es un sistema a través del cual el gremio periodístico, de manera organizada, bien dueños de empresas informativas, bien periodistas, deciden crear no sólo un código deontológico, que vendría siendo algo así como una especie de ley interna, sino también un órgano de aplicación de ese código”.<sup>5</sup>

El especialista en medios de comunicación continúa en los siguientes términos: “...pero con la característica de que lo hacen de manera voluntaria (la autorregulación), convencidos de que, de esta forma cumplen un papel muy importante de dignificación del ejercicio periodístico, de asumir una responsabilidad frente a los medios y de garantizar también de esta forma, de mejor manera el derecho a la información del público”<sup>6</sup>

La autorregulación supone así un importante desplazamiento del ajuste normativo del funcionamiento de los medios desde el Estado (regulación jurídico-administrativa), el mercado (regulación económica) y la sociedad civil (regulación ética).

---

<sup>5</sup> Ernesto Villanueva. Ensayo de Ética y Autorregulación en *Legislación en Comunicación México* UAM 1995 p. 86

<sup>6</sup> Idem

Precisamente por tratarse de una iniciativa de la sociedad civil y de una regulación deontológica y moral, la autorregulación suele carecer de otra capacidad coactiva que no sea la de su eco en la opinión pública. Aunque esto pueda parecer poco efectivo, es sin embargo enormemente valioso y necesario, ya que constituye una prueba de madurez de una sociedad cuyos miembros son capaces de asumir libremente responsabilidades y compromisos más allá de sus intereses particulares.

Hugo Aznar, especialista en el tema de la autorregulación, señala una característica más: la tarea de la autorregulación es tratar de cubrir la distancia entre el mínimo regulador del derecho y el ideal ético exigible en una actividad de la esfera social, propiciando que cada uno asuma su parte de responsabilidad en esta tarea”<sup>7</sup> A partir de la definición de autorregulación, veamos cuáles serían sus funciones.

Precisando un poco más, es posible afirmar que, de acuerdo con Hugo Aznar, la autorregulación se realiza a través de diferentes mecanismos e instrumentos: códigos deontológicos, códigos internos, libros de estilo, estatutos de redacción, defensores del público, consejos de información, etcétera. Aunque cada uno de estos mecanismos persigue a su vez determinados objetivos, el mismo Aznar señala en su libro Ética y Periodismo las cuatro funciones básicas de la autorregulación.

Podemos partir de esta primera función de la autorregulación: “formular públicamente las normas éticas que deben guiar la actividad de los medios. En este sentido, la autorregulación se relaciona fundamentalmente con la ética y la

---

<sup>7</sup> Hugo Aznar. *Comunicación Responsable. Ética y Deontología de los Medios* Editorial Ariel p. 11

deontología profesional de la comunicación; y no con el derecho y las normas jurídicas”<sup>8</sup>.

A este respecto, Bel Mallen señala: "Los enemigos (del autocontrol) piensan que las normas que sirven de base para su ejercicio tienen el mismo carácter que las utilizadas por los tribunales de justicia. Sin embargo, las normas jurídicas impuestas por el Estado, en el uso legítimo de su poder legislativo, no son objeto del autocontrol. Las normas sobre las que se basa el ejercicio del autocontrol se mueven entre dos realidades: la conciencia personal de cada profesional de la información -periodista o empresario- y los códigos de honor o de conducta profesional de sus respectivas organizaciones profesionales; ése es el campo del autocontrol, y no otro." <sup>9</sup> .

Podemos afirmar que una segunda función de la autorregulación es “contribuir a que se den las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible el cumplimiento normal de las exigencias éticas y deontológicas de la comunicación”<sup>10</sup>.

A menudo se pasa por alto esta función de la autorregulación, pero es tan necesaria como la anterior. En efecto, no es suficiente con proclamar las normas y los valores de una actividad; hay que hacer lo posible además para que puedan aplicarse en la práctica, sin que ello suponga problemas o costos adicionales. Que los profesionales ajusten su conducta a las normas y los valores de su profesión no debe depender únicamente de su esfuerzo personal (aunque éste sea imprescindible).

---

<sup>8</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación* Barcelona, España. Páidos, 1999p 43

<sup>9</sup> Bel Mallen. *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, 1991, pp. 109-121.

<sup>10</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación* Barcelona, España. Páidos, 1999 p 44

Este es, por ejemplo, uno de los objetivos de los estatutos de redacción. Al establecer mecanismos de participación de los profesionales en sus medios y cuando la empresa les reconoce ciertos derechos, se favorece la aplicación de los criterios éticos de la profesión frente a exigencias ajenas como las del mercado o las de la propia empresa.

Otra de las funciones, la tercera, podría ser la siguiente: “si se han proclamado los criterios éticos y deontológicos de la comunicación y se han establecido las condiciones para su cumplimiento, entonces sólo resta examinar, juzgar y poner en conocimiento de la opinión pública aquellos casos en los que no se produzca ese cumplimiento. Esta función debe permitir denunciar las faltas y corregir los errores, evitando así en lo posible que vuelvan a repetirse en el futuro”<sup>11</sup>.

Esta función (tal y como la practican los defensores del receptor o los consejos de prensa) refuerza y otorga pleno sentido a las anteriores, ya que la efectividad de la autorregulación pasa por un camino en el que puede discriminarse entre las actuaciones respetuosas de la ética y la deontología profesionales y las que no lo son, y por una vía en la que el público pueda estar informado de ello. Los medios se ven así sujetos al veredicto crítico de la misma opinión pública que contribuyen a formar.

Finalmente, podemos agregar que “la autorregulación cumple una última e importante función, derivada de la anterior.\*\* El estudio, la discusión y el juicio de las actuaciones éticas conflictivas que se suscitan en los medios permiten que la profesión, quienes la realizan y el público en general puedan aprender sobre la dimensión moral de esta actividad”<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación*  
Barcelona, España.  
Paidós, 1999 p.43

<sup>12</sup> Idem p 45

Como señalamos más arriba, ciertos mecanismos de autorregulación tratan de discriminar entre las acciones correctas e incorrectas en el ámbito de la información y la comunicación. Esta discriminación no debe hacerse exclusivamente con el ánimo de reprobar a unos y resarcir a otros. A menudo tendemos a pensar con demasiada ligereza que todas las actuaciones incorrectas se deben a faltas voluntarias o intencionadas. Se nos olvida que en muchos casos estas actuaciones se dan ante situaciones nuevas, imprevistas, creadas por el avance de las tecnologías y los cambios sociales acelerados y que plantean contextos nuevos a los que no se sabe responder adecuadamente.

No es aceptable que una sociedad que dispone de la capacidad y los medios para hacerlo viva sin plantearse la dimensión moral de sus actividades más destacadas. Los mecanismos de autorregulación de la comunicación favorecen el examen y la reflexión acerca de la actuación de los medios, para todos los que formamos parte de este sistema de comunicación, público, hacedores, dueños, etc. facilitando así la existencia de cauces estables de aprendizaje y maduración moral en esta esfera de actividad tan esencial para la sociedad.

La autorregulación se convierte así en un proceso circular de enriquecimiento que permite a la sociedad examinar y valorar los efectos de sus propias actividades y avances, establecer criterios prácticos en beneficio de todos e incorporar este aprendizaje al acervo moral de una determinada profesión o actividad social.

Sin embargo, los conceptos anteriormente expuestos no conllevan necesariamente a una aceptación general, pues existen personas o instituciones que se han encargado de poner en práctica la autorregulación muy a su manera.

Hugo Aznar, profesor de Deontología Periodística en la Universidad San Pablo de Valencia, señala muy claramente lo que NO debe entenderse por autorregulación; lo afirma en Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación

En primer lugar, la autorregulación debe distinguirse de cualquier intento de regulación externa en la actividad de los medios y de sus profesionales. De lo que se trata es de una regulación voluntaria a partir de su libre iniciativa, una regulación desde dentro, que tome como único criterio los bienes y valores internos de la comunicación.

El ejercicio de la autorregulación supone la mejor manera de evitar el riesgo de la regulación externa y de las injerencias ajenas. Formando la práctica de una actividad profesional en torno a sus propios valores y bienes internos es como mejor se la defiende de cualquier intento de controlarla o instrumentalizarla desde fuera.

A propósito de este último, Bel Mallen señala “quien sabe ser dueño de su libertad y usarla en beneficio de todos, no necesita lecciones ajenas: Sólo desde la fuerza que da la responsabilidad se puede demostrar la ineficacia o la innecesariedad de otras formas de control”<sup>13</sup>. Por tanto, no debe resultar extraño que siempre que se plantea la posibilidad de incrementar la regulación se escuche el lema de "autorregulación frente a regulación".

---

<sup>13</sup> Bel Mallen. Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, Ediciones Paulinas, 1991, pp. 113

En este sentido, y en contra de la opinión de quienes la perciben como una amenaza o una restricción, de acuerdo con Aznar, la autorregulación aporta a los profesionales del periodismo un beneficio esencial. En efecto, en la medida en que se hace efectiva de verdad y entraña un compromiso sincero (y no una simple operación de imagen), la autorregulación contribuye como nada a la dignificación de la comunicación y de quienes la llevan a cabo. La mejora de la estimación pública de la actividad que ejercen los periodistas pasa necesariamente por la autorregulación ya que ésta es la manifestación más clara de su compromiso de servicio a la sociedad.

En segundo lugar, la autorregulación también debe distinguirse cuidadosamente de cualquier intento de control de la profesión o la actividad por parte de un grupo o sector dentro de ella deseoso de imponer al resto su modelo de lo correcto o, lo que es más frecuente, su interés.

En este sentido, la autorregulación debe procurar evitar imponer un modelo único de lo moral o deontológicamente mejor; un modelo que responda a concepciones parciales y no sea fruto de la confrontación, el diálogo y el acuerdo entre el mayor número posible de puntos de vista.

Aunque se trata de ir más allá de las normas mínimas del derecho, no hay que caer en la tentación opuesta de querer imponer un canon de perfección exclusivo que pretenda servir de modelo para todos los casos y circunstancias.

El punto anterior debe ser muy apreciado en el caso mexicano, donde los concesionarios han tratado que su doctrina económica, sea vista como un intento de autorregulación.



A decir de Aznar, este es un riesgo permanente de cualquier ejercicio de autorregulación y la primera forma de evitarlo es teniéndolo presente. La autocritica, la conciencia de las propias limitaciones y la posibilidad de adaptarse al hilo de las circunstancias y los casos son rasgos que no pueden faltar aquí. Nadie debe atribuirse el monopolio de lo mejor y menos en un ámbito tan complejo, plural y cambiante como el de la comunicación. Quien se lo atribuya comete su primera falta. La autorregulación no debe aspirar a un modelo único de comunicación perfecta, aunque sí puede corregir y mejorar esa comunicación para beneficio de todos.

Otra forma de evitar este riesgo, también apunta Aznar, es consiguiendo que los mecanismos de autorregulación sean el producto del mayor número posible de interlocutores e implicados. Es sumando voluntades como mejor se evita que el resultado final lo controlen sólo unos pocos por poderosos que sean. Esto requiere a su vez que los mecanismos de autorregulación sean lo más participativos y transparentes posible, como mejor garantía de su imparcialidad y fiel reflejo del carácter abierto y plural de nuestras sociedades. Participando e involucrándose todos es como mejor se evita el control interesado o la instrumentalización partidista de cualquier forma de autorregulación.

Por último, aunque no menos importante, la autorregulación de la comunicación no debe confundirse jamás con la autocensura. La autocensura es una limitación de la libertad del profesional por miedo a los poderosos, a quienes pueden poner la información a su servicio. Se alimenta del temor al poder económico, político o de cualquier otro tipo; del miedo a sufrir las consecuencias de criticar, importunar o no acatar esos poderes. A veces también se alimenta del interés egoísta, del afán de medrar o de acomodarse al estado de cosas más beneficioso, aunque para ello se tenga que engañar uno mismo o faltar a la verdad adulando al poderoso. La autocensura es uno de los peores males de la comunicación social.

La autorregulación, en cambio, nace y vive de la libertad, del valor. La autorregulación es un valiente ejercicio de independencia y autonomía. Frente a la instrumentalización de la comunicación en beneficio de fines ajenos, la autorregulación supone el compromiso con los bienes internos de la comunicación y representa por tanto un ejercicio de libertad.

En este sentido, es obvio que para que pueda existir la autorregulación se requiere una sociedad democrática. También se requiere el compromiso y la voluntad (y en ocasiones, incluso el valor) de quienes llevan a cabo una actividad para guiarse por los valores y bienes internos de ésta. Justo al contrario de quienes interpretan la autorregulación como una restricción de la libertad, en realidad existe una correspondencia clara entre una sociedad democrática, responsable y libre y su nivel de autorregulación.

Cuanto más se dé una comunicación social regulada por sus protagonistas (incluido, desde luego, el público) y guiada por sus propios fines menos sujeta estará a intereses y fines ajenos. Más libre será por tanto.

### **3.2 ¿De dónde viene la autorregulación?**

Una vez que tenemos más claros conceptos de la autorregulación cabe la siguiente cuestión: ¿Cuál es el origen de esta postura?

Ernesto Villanueva señala que: “la autorregulación tiene como antecedentes fundamentales el caso sueco, es precisamente la figura del ombusman de la prensa, como se le ha dado en llamar, que significa un amable componedor. Esto proviene desde el siglo XVIII, en el caso sueco”.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Ernesto Villanueva en Ensayo de Ética y Autorregulación en *Legislación en Comunicación* México, 1999 LVII Legislatura Cámara de Diputados. p.86

El mismo Villanueva agrega en el texto Legislación en Comunicación que, en Suecia, además de Constitución existe una Ley de Imprenta y una Ley de Libertad de Expresión que tienen el rango de norma constitucional, además que el Reino Unido decidió crear en los años 30 el denominado consejo de prensa que tiene como propósito dignificar y promover el trabajo periodístico.

“La historia de la autorregulación es relativamente nueva, si se compara con la historia de los medios de comunicación, se podría hablar que existen códigos de autorregulación desde los años 50, sin embargo, el debate de los códigos deontológicos y la autorregulación han tenido su auge en la década de los 90, época en la que distintos grupos de especialistas, profesionales de los medios y la sociedad misma se han percatado de la falta de criterios y ética en los contenidos de los medios masivos de comunicación”<sup>15</sup>

“En Estados Unidos, en los años 70 existió un Consejo Nacional de Comunicación, sin embargo duró únicamente dos años. Hoy existen en aquel país consejos de prensa y órganos de autorregulación, únicamente en dos estados: Minnessota y Hawai”.<sup>16</sup>

En Latinoamérica de acuerdo con el mismo Villanueva, existe el caso de Chile, donde existe un tribunal de ética periodística y el Consejo de Prensa, donde los dueños de los medios de comunicación han sido quienes decidieron asumir este compromiso ético.

Aunque autores como Hugo Aznar señalan que con los códigos deontológicos es cuando comienza esta postura, el primer documento de este tipo es el código

---

<sup>15</sup> Gabriel A. Corral Velázquez. *La autorregulación: una alternativa en los contenidos de los medios de comunicación*. XIV Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Tequisquiapan, Querétaro, México 24-26 de mayo de 2002

médico de Hipócrates en el siglo V a. C. Respecto a comunicación, éste señala que es en la época de la modernidad cuando aparecen las primeras actividades respecto a la difusión de noticias.

“La declaración de Benjamín Harris (1660-1720), se puede considerar como el primer antecedente de un código deontológico de periodismo... en el primer periódico americano abría diciendo los compromisos que iban a guiar su actividad editora y periodística”<sup>17</sup>. En 1910 fue cuando apareció el primer código deontológico, fue en Kansas, esto es lo que afirma Hugo Aznar.

Así los códigos de ética empiezan a proliferar en el territorio estadounidense y en Europa, y a partir de los años 50 y 60, éstos llegan a los continentes africano, asiático y americano. Después en las décadas 80 y 90, es cuando hacen su aparición formalmente en el ámbito internacional bajo nuevas condiciones sociopolíticas, culturales y económicas que se dan en el orbe.

En México, de acuerdo con Omar Raúl Martínez, los esbozos de autorregulación, se dan en la prensa escrita: “Los primeros pasos en materia de deontología informativa aparecen en 1992 cuando el diario *Unomásuno* propuso la creación de un defensor del lector, aunque no habló de un código ético. Pero fue hasta junio de 1993 cuando el periódico *El Economista* instituyó a un ombudsman y presentó un primer esbozo de código deontológico en México. Posteriormente publicarían el suyo *El Norte*, de Monterrey, también en 1993 y *El Nacional* -ya desaparecido- en agosto de 1994. Y meses y años después, seguirían *Novedades*, *El Financiero*, *Reforma*, *El Universal*, el semanario *Proceso*, y recientemente, el diario *La Crónica de Hoy*.

---

<sup>16</sup> Ernesto Villanueva en Ensayo de Ética y Autorregulación *Legislación en Comunicación* México, 1999 LVII Legislatura Cámara de Diputados. p.86

<sup>17</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación* Barcelona, España. Páidos, 1999 p18

Señala Martínez que “a lo largo de 1994, la mayor insistencia de que los medios informativos debían ser más responsables y discutir la necesidad de asumir códigos de ética, corrió a cargo no de un periodista o analista o estudioso del periodismo, sino de un secretario de Gobernación: Jorge Carpizo”<sup>18</sup>.

Martínez continúa con la historia y en el mismo artículo señala además que “la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), que agrupa a todos los medios electrónicos privados del país, respondió entonces con pautas mínimas de conducta. Pero fue en julio de 1998 cuando los empresarios mediáticos -tras celebrar un simposio para contraponerse a la idea de legislar en materia de derecho de la información- presentaron su respectivo código ético, cuyo fondo generalista, ambiguo y retórico no aporta mucho. En realidad tal propuesta deontológica fue hecha con el ánimo de sugerir que la autorregulación ética puede excluir cualquier reforma legal en materia de medios, pues ésta les podría resultar contraproducente a sus intereses políticos y económicos”<sup>19</sup>.

Omar Raúl Martínez aporta datos que son bastante interesantes: “..A la fecha, la preocupación ética de los medios y periodistas, manifiesta en códigos deontológicos, es mínima. En México existen alrededor de 1330 radiodifusoras, casi 600 canales de TV, cerca de 400 periódicos y unas 200 revistas: medios en los que laboran poco más de 35 mil periodistas... y sólo se conocen los códigos de ética periodística de diez medios informativos: *El Economista*, *Novedades*, *El Financiero*, *El Universal*, *Reforma*, *El Norte*, *de Monterrey*, *El Imparcial*, *El Informador de Guadalajara*, *La Crónica de Hoy* y la revista *Proceso*. Los medios electrónicos sólo tienen como punto único de referencia la propuesta deontológica trazada por la CIRT”<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> Omar Raúl Martínez *Revista Mexicana de Comunicación* No. 66 Noviembre diciembre 2000

<sup>19</sup> Idem

### 3.3 Ética y autorregulación

La palabra “Ética” señala Ernesto Villanueva, “proviene de *Ethos*, que significa el carácter, el modo de ser a través de los actos y hábitos”<sup>21</sup>. Villanueva también agrega que “la ética de la información, por tanto, se encuentra directamente vinculada al perfil moral del periodista: cómo quiere vivir, cómo se ve a sí mismo, cuáles son las valoraciones morales que aplica al momento de recabar y difundir la información, y qué relación debe existir entre el público y su tratamiento periodístico”.<sup>22</sup>

“La ética es un control interno que el individuo ejerce sobre sí mismo, y su fin es el deber en relación consigo mismo y en relación con los demás”<sup>23</sup>, este es otro de los señalamientos que hace Villanueva.

Es por ello que la ética aplicada y la deontología tienen como tarea reflexionar sobre la dimensión moral de una determinada profesión o actividad social, contribuyendo a precisar sus obligaciones, sus bienes y sus valores. Pero como tal reflexión, carecen de efectividad práctica más allá del compromiso personal que puedan suscitar en la conciencia de los profesionales. La autorregulación tiene en cambio, como primera función precisamente, hacer efectivos esos contenidos normativos y axiológicos que la ética y la deontología han puesto de relieve.

La primera y más básica forma de hacerlo es reconociendo y proclamando públicamente esos contenidos a través de códigos (habitualmente llamados deontológicos) y otros instrumentos similares, como cartas de deberes, códigos internos, libros de estilo, etc. Aprobar y proclamar públicamente estos códigos

---

<sup>20</sup> Omar Raúl Martínez. *Revista Mexicana de Comunicación No. 66* Noviembre diciembre 2000

<sup>21</sup> Ernesto Villanueva. *Códigos Europeos de Ética Periodística*. México Fundación Manuel Buendía. p. 15

<sup>22</sup> Idem

<sup>23</sup> Idem

supone reconocer que la actividad de los medios conlleva ciertas obligaciones y responsabilidades que deben respetar quienes los hacen, dirigen o poseen (empresarios y periodistas). Reconocimiento que supone también un primer compromiso público de su cumplimiento y que va a permitir al resto de la sociedad el exigirlo así cuando ese cumplimiento no ocurra.

La deontología y la ética profesional no pueden ser considerados como comportamiento de héroes o de personas sacrificadas; sino como algo común entre quienes realizan una determinada labor. No deben quedar señalados quienes se ajusten a las normas éticas de su actividad sino quienes no lo hagan. Y para ello es esencial que se den las condiciones que hagan de ese ajustamiento algo normal. La autorregulación debe contribuir a crear esas condiciones.

La ética por tanto, va de la mano con la autorregulación, puesto que ya hemos señalado que para que este concepto sea puesto en marcha y funcione de manera efectiva, se debe partir de la ética, es decir, de manera individual, de la voluntad y participación de cada uno de los que, de una u otra manera forman parte de los medios de comunicación.

### **3.4 Deontología y autorregulación**

¿Qué es deontología? “ En sentido etimológico, deontología hace referencia a la ciencia del deber o de los deberes, *deon*, *dentos* significa obligación, deber; y *logía* expresa conocimiento... por tanto, deontología es el conjunto de reglas de carácter ético que una profesión se da a sí misma y que sus miembros deben respetar”.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Ernesto Villanueva. Códigos Europeos de Ética Periodística. México Fundación Manuel Buendía. p. 17

El mismo Ernesto Villanueva ofrece otras definiciones de deontología como la que señala: “conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo de profesionales determinados establece y que refleja una concepción ética común o mayoritaria de sus miembros (...) para la Carta de los Derechos de los Periodistas Canadienses es el conjunto de regla que le dictan su postura en todas las circunstancias frente al público, frente a los gobiernos, los organismos públicos, frente a sus colegas y frente a sus superiores, así como frente a la dirección de su empresa en general”.<sup>25</sup>

En resumen, señala Villanueva, “deontología periodística puede definirse como el conjunto de principios éticos periodísticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad social.

La deontología periodística implica para el informador un compromiso de identidad con el rol que juega en la vida social y una percepción amplia del valor que tiene la información como ingrediente de primera importancia, para traducir en hechos concretos la idea de democracia”<sup>26</sup>

Para algunos estudiosos, la deontología debe estar en función del principio de utilidad, es decir juzgar los actos buenos o malos del hombre en proporción al bienestar que éstos puedan dar. Para otros, en cambio, en la deontología no deben importar los fines, sino el acto en sí mismo; una concepción más propone que una acción es ética si ésta puede ser aceptada como universal, es decir, utilizada en una circunstancia similar.

Para Emanuel Derieux, gracias a la deontología “la ética profesional personal adquiere un reconocimiento público, y la moral individual se hace trascendente en

---

<sup>25</sup> Ernesto Villanueva. *Códigos Europeos de Ética Periodística*. México Fundación Manuel Buendía. p. 17

<sup>26</sup> Idem

<sup>26</sup> Emanuel Derieux, *Cuestiones Ético-Jurídicas de la información*. Eunsa Pamplona 1983 p. 39 y 40



el campo de la profesión. Tales efectos proporcionan a la deontología autoridad, cohesión y unidad, facilitan su aplicación y aseguran su respeto. De esta manera, los profesionales pueden adquirir una conciencia más exacta, más práctica y más justa de sus deberes y responsabilidades”.<sup>27</sup>

Hugo Aznar señala en Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación “la autorregulación coincide básicamente con la deontología profesional, si bien ambas cosas no son lo mismo. La deontología se encarga de reflexionar sobre la dimensión moral de una determinada actividad y precisar normas éticas que deben guiarla. Pero la deontología como tal no tiene más efectividad que la derivada de la persuasión y el compromiso que puede suscitar en las conciencias. Es la autorregulación la encargada de dar efectividad a la deontología”<sup>28</sup>

Alejandra Arroyo señala a la deontología como un puente entre la ética y el derecho en el libro Derecho y ética de la información<sup>29</sup>, donde además aclara que los códigos deontológicos surgen de la necesidad de combinar la libertad de prensa con la responsabilidad de ésta.

Así, al retomar lo anterior puede decirse que la relación ética-deontología-autorregulación, se torna estrecha, puesto que se vuelven interdependientes y entre las tres proponen conductas y normas morales que deben guiar las actividades de los medios, y de modo complementario siguen al derecho y a las normas jurídicas.

---

<sup>28</sup> Hugo Aznar Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación Barcelona, España. Páidos, 1999 p12

<sup>29</sup> Villanueva Ernesto (coordinador). Derecho y ética de la información. México Media Comunicación 1995 283 pp.

### 3.5 El papel del Estado frente a la autorregulación

La alternativa de que el Estado sea el que determine los criterios de funcionamiento de los medios, mediante su regulación legal o control público, no ha resultado adecuada. De hecho, precisamente el éxito actual del discurso neoliberal se debe a la crisis del papel regulador que habían asumido los estados tras la Segunda Guerra Mundial en algunas esferas de actividad social, entre ellas la de los medios de comunicación (concretamente la radio y la televisión). No tiene demasiado sentido volver a proponer ahora como solución que aumente el papel interventor del Estado, es lo que señala Hugo Aznar.

El especialista español también señala que, otro factor que contribuyó a que el control de los medios se saliera del alcance del Estado fue que resultó demasiado frecuente la tendencia del poder político a querer controlar los medios públicos y convertirlos en mecanismos más o menos encubiertos de propaganda de sus intereses partidistas o gubernamentales.

Por su parte, Manuel Castells argumenta lo siguiente: “El control estatal sobre el espacio y tiempo se ve superado cada vez más por los flujos globales de capital, bienes, servicios, tecnología, comunicación y poder. Así pues, mientras el capitalismo global prospera y las ideologías nacionalistas explotan por todo el mundo, el Estado-nación, tal y como se creó en la Edad Moderna, está perdiendo su poder.”<sup>30</sup>

Castells complementa aún más su noción de por qué el Estado ha perdido su capacidad reguladora frente a los grandes cotos de poder: “la capacidad

---

<sup>30</sup> Manuel Castells. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la Identidad* volumen II p 271

instrumental del Estado-nación resulta decisivamente debilitada por la globalización de las principales actividades económicas, por la globalización de los medios y la comunicación electrónica”<sup>31</sup>

Retomando al autor Hugo Aznar, también señala que: “Acostumbrados a que el Estado y el derecho establezcan las normas de la sociedad, puede parecer que allí donde no llegan ya no le corresponde a nadie asumir responsabilidad alguna. Pero esto no debe ser así, sobre todo si tenemos en cuenta que esta capacidad reguladora del Estado tiende a disminuir conforme aumentan la pluralidad y la complejidad de nuestras sociedades. Mientras algunos aprovechan los vacíos legales o los límites regulativos del Estado para imponer su deseo egoísta de ganancia a toda costa; otros comienzan a percibir la urgente necesidad de complementar la acción reguladora del Estado y de compensar los déficits de funcionamiento del mercado mediante el compromiso ético”<sup>32</sup>.

Castells también argumenta que la explosión de las telecomunicaciones y el desarrollo del cable proporcionaron vehículos para un poder de emisión sin precedentes. El mundo de los negocios observó esta tendencia y se realizaron megafusiones, con lo cual se movilizó el capital a lo largo del mundo, lo que propició que la industria de los medios unió las esferas políticas, económicas y culturales.

Por lo tanto frente a la falta de tutela del Estado y el libertinaje del mercado, queda la libertad de guiarnos y evaluar nuestras acciones de acuerdo con normas y valores autoimpuestos, pero siempre distinguiendo autorregulación, de lo impuesto por algunos grupos en el poder, como tal postura.

---

<sup>31</sup> Idem p 272

<sup>32</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación* Barcelona, España. Páidos, 1999 p 41

### 3.6 La autorregulación en el caso mexicano

Luego de revisar que la autorregulación es una buena opción en los medios de comunicación, siempre y cuando no sea entendida como la imposición de una postura, como autocensura, o bien sea adoptada por conveniencia, es útil recordar como se ha desarrollado el Estado mexicano frente a esta postura.

Es de suma importancia recordar el papel de estrecha relación entre gobierno-concesionarios, además de considerar lo que ya se ha dicho del Estado y de la postura neoliberal, lo cual permitió que la autorregulación surgiera y se desarrollara a lo largo del mundo, y en el caso mexicano recientemente hace su aparición.

En el caso mexicano es más que obvio que el Estado ha dejado hacer a los concesionarios su libre voluntad, bajo el discurso de lo que ellos consideran la autorregulación, pero ¿dónde radica la debilidad de la institución frente al desmesurado poder de unos cuantos?

Debido al contexto histórico ya señalado, cuando el Estado se reestructuraba después de la Revolución Mexicana, tenía muchas otras cosas en que ocuparse (ver capítulo 1). La relación histórica de poder de los concesionarios, que se ha establecido en México, ha sido percibida por diversos autores como Fernando Mejía Barquera, quien señala: “Las actuales características, eminentemente comerciales de la radio y la televisión en México, tienen su explicación en la circunstancia que el Estado, debido a que se encontraba ocupado en resolver problemas económicos y políticos mucho más importantes, desatendió a la radiodifusión, o bien que, por no percatarse del potencial político y educativo de ella, cometió el error de dejarla en manos de los particulares”<sup>33</sup>.

Además reiteramos la afirmación que señala que: "cuando se estableció en México la televisión, al mediar de este siglo, el Estado decidió entregarla a la gestión de los intereses privados. Advirtió tardíamente de la enorme fuerza de modelación representada por este medio de difusión colectiva; en la última década ha comenzado una búsqueda del tiempo perdido para tratar de lograr una participación mayor en el quehacer televisivo".<sup>34</sup>

Sin embargo, el caso mexicano no es el único, pues como advierte Aznar, "el éxito del actual discurso neoliberal, se debe a la crisis del papel que habían asumido los Estados tras la Segunda Guerra Mundial, en algunas esferas de la actividad social, entre ellas la de los medios de comunicación (concretamente la radio y la televisión)".<sup>35</sup>

Retomando el caso mexicano, debemos decir que los medios durante mucho tiempo han estado en contubernio con el partido gobernante; los primeros cedían espacio en sus respectivos negocios, y a cambio han recibido favores, regalos o concesiones.

Así pues, los concesionarios se acostumbraron a realizar su voluntad, y cuando el Estado intenta aplicar la ley, éstos siempre lo han evadido bajo los más diversos argumentos o tácticas, y la autorregulación, muy a su manera, es una de estas formas.

Manuel Castells argumenta lo siguiente respecto al caso mexicano: "tras haber sido el Estado prista uno de los regímenes políticos más estables del mundo

---

<sup>33</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano*. México Fundación Manuel Buendía p. 17

<sup>34</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del estado mexicano*. México Fundación Manuel Buendía p. 18

<sup>35</sup> Hugo Aznar *Ética y Periodismo, códigos, documentos y otros documentos de autorregulación* Barcelona, España. Páidos, 1999 p 38

durante cerca de seis décadas, se desintegró en unos años bajo el impacto combinado de la globalización, la identidad y una sociedad civil transformada”<sup>36</sup>.

El Estado mexicano post-revolucionario logró amasar una nación conciliando los intereses de los grupos, sin embargo, la crisis del Estado-nación mexicano comenzó en 1982, cuando bajo el régimen de José López Portillo, declaró al país incapaz de pagar los intereses de la deuda exterior, por lo que en su desesperación por retomar el control, nacionalizó la banca, señala Manuel Castells, en el texto ya citado.

Castells además argumenta que después de esta crisis sufrida en México, los grupos importantes de la nación, muchos de ellos educados en los Estados Unidos, deciden que es tiempo de que ellos tomen el poder, moviendo sus piezas como si fuera un juego de ajedrez, y designando a quienes representaran mejor sus intereses.

Aunque debemos recordar que debido a sus intereses, durante la historia moderna del Estado mexicano, los grupos en el poder, entre ellos los concesionarios, han estado inmersos de una u otra manera en las grandes decisiones de poder de aquel Estado mexicano, por lo que puede decirse que “saltaron” justo en el momento para poder retomar el poder.

Así pues, vemos que al Estado mexicano se le fue de las manos el control de una industria tan importante como la de los medios de comunicación, y a través de los años, los concesionarios han aprovechado esta debilidad, ya sea mediante

---

<sup>36</sup> Manuel Castells. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la*

convenios o “favores”, para obtener beneficios y privilegios que los han convertido en un primer poder, ya que como señala Ignacio Ramonet: “se da cada vez más una especie de confusión entre los medios y el poder... el primer poder es el económico; el segundo serían los mass media”<sup>37</sup>.

---

*Identidad* volumen II pp 305 y 306

<sup>37</sup> Ignacio Ramonet. *La Tiranía de la Comunicación*. Editorial Debate, S.A. p 32

#### **IV. El Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)**

Llegamos al punto medular de esta investigación: el surgimiento el Consejo de Autorregulación de la CIRT, “organismo encargado de promover una serie de principios cívicos y éticos que fomenten mejores contenidos en los medios electrónicos”; esto a decir de sus integrantes, pero empecemos por conocer un poco más de éste.<sup>1</sup>

A continuación se presentan algunos datos útiles para conocer la naturaleza y funcionamiento del Consejo.

Cabe señalar que los integrantes de dicho organismo se mostraron renuente a dar información sobre el mismo, y que en las entrevista otorgadas, muchos de los puntos aquí descritos fueron otorgadas entre líneas o bien, de manera que no pudieran ser percibidas fácilmente por esta autora.

Además, las entrevistas con los funcionarios de la CIRT fueron por separado, lo que permitió observar las contradicciones existentes entre los miembros del mismo Consejo.

##### **4.1 Antecedentes**

Históricamente los concesionarios de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, habían enarbolado de manera velada los postulados de la autorregulación. Ello con el fin fundamental de erigirse como aquellos que tracen por completo el rumbo del sector. Hoy son ellos quienes actúan y ellos mismos quienes “se sancionan”.

---

<sup>1</sup> Esto lo haremos a través de hemerografía, páginas de internet y de entrevistas con dos miembros del Consejo de Autorregulación: César Hernández Espejo, secretario Técnico del Consejo y Eduardo Sánchez Hernández, miembro del Consejo y asistente personal de Joaquín Vargas, expresidente de la CIRT.



Pero ¿de dónde surgió la idea de instalar este Consejo de Autorregulación, que hace su repentina aparición un 6 de marzo del 2001, en el Museo de Antropología e Historia de la ciudad de México?

La polémica comienza cuando a finales del año 2000, los controvertidos talk shows, (“Hasta en las mejores Familias” de Televisa y “Cosas de la Vida” de Televisión Azteca), presentan emisiones con temas<sup>2</sup> que causan controversia y escándalo en la sociedad mexicana, ahora gobernada por el antes opositor Partido Acción Nacional y Vicente Fox, quienes siguiendo postulados conservadores y de derecha, toman cartas en el asunto (claro, también bajo la presión del Senado para hacer cumplir la ley).

Sobre el surgimiento del Consejo, César Hernández Espejo, director general de la CIRT y secretario Técnico del Consejo de Autorregulación, en entrevista señala que: “éste surge como una respuesta de la Cámara, de los concesionarios, a la necesidad que se percibe de realizar una serie de acciones que tengan que ver con la promoción de mejores contenidos, y de responder a los reclamos, planteamientos, inquietudes o propuestas de la sociedad o de grupos que se acercan y están en contacto con nosotros, y de alguna manera hacen señalamientos sobre los contenidos de la radio y la televisión que bien podrían mejorarse”.

Hérrnandez Espejo agregó “En el pasado hemos intentado acciones de este tipo con otro enfoque; alguna vez tuvimos un código de ética, otra vez tuvimos un comité de ética, hemos hecho actividades de ese tipo en el pasado, lo que estamos haciendo en este momento, porque hemos llegado a la conclusión que la mejor manera de abordar esta situación es con actividades de autorregulación; se creó el Consejo de Autorregulación que funciona a nivel nacional, y a nivel estatal

---

<sup>2</sup> Se presenta temática como “El tamaño si importa”, refiriéndose al órgano sexual masculino y también otros sonados temas.

estamos promoviendo que se realicen actividades de autorregulación a través de nuestras delegaciones”.

Por otro lado, Eduardo Sánchez Hernández, secretario de la CIRT, ex coordinador de asesores de la CIRT y miembro del Consejo de Autorregulación argumenta que: “En el surgimiento del Consejo hay factores internos y externos... todo tiene que ver con la libertad de expresión. Durante mucho tiempo la sociedad, el gobierno, la forma en la que estábamos constituidos como sistema político nos tenía a los medios de comunicación, especialmente a la radio y a la televisión muy limitados, muy ajustados en cuanto a contenidos, porque se reconoce la gran influencia que los medios tienen en la sociedad”.

Continúa Eduardo Sánchez “Desde la época del presidente Salinas las cosas empiezan a ser distintas en materia de libertad de expresión -puntualiza-, y empieza aflojarse ese yugo, esa cuerda que tenía apretados en todos los sentidos a los medios de comunicación, desde lo que noticiosamente (sic) se podía decir y lo que no se podía decir, hasta los temas que se podían tratar... el puritanismo de la sociedad, la forma en que los mexicanos nos veíamos y un sistema político rígido, con muy pocos espacios para la libertad, era un caldo de cultivo espléndido para esta situación. Cuando la libertad empieza a darse y la rigidez comienza a distensarse yo creo que vimos un efecto de péndulo, y de no decir nada, se va hasta el otro lado, a decir verdaderas barbaridades, tanto en la libertad de expresión desde el punto de vista informativo como de entretenimiento, como en la forma de creatividad, que dieron como resultado formas “creativas” que resultaron vulgares, soeces, ya que veníamos de un sistema muy cerrado. Debo decirte que incluso el presidente Zedillo les llamó dos veces la atención públicamente a los concesionarios, por los programas amarillistas, de violencia, o que exacerbaban el tema de la violencia. Desde 1997 el presidente Zedillo llamó a la responsabilidad social, y los concesionarios buscaron de manera paralela formas que ayudaran a la responsabilidad social, donde hubo un evento con grandes ponentes” señala Sánchez Hernández.

Asimismo, Eduardo Sánchez Hernández comenta que a finales de los años 90, entre la sociedad comienza a darse la discusión de hasta dónde llega la libertad de expresión y se constituye “A favor de lo mejor en los medios” -que a su parecer es una asociación muy crítica-, la que comenzó a ejercer presión para que se revisaran los contenidos. Posterior a ello llegaron los “talk shows”, por lo que en un ejercicio autocrítico de la industria señalaron que no es posible que por unos programas se critique a todos los medios como iguales.

Llama la atención que, si según las declaraciones de los propios miembros de la CIRT, el problema de la ética y la mejora de los contenidos era una cuestión que se venía arrastrando desde antes, y ya se habían intentado otros mecanismos como comités y códigos de ética; la propuesta por la que ahora apostaron, la iniciativa de este Consejo de Autorregulación surgió precisamente al mismo tiempo que Santiago Creel, Secretario de Gobernación de la administración foxista, anunciara la revisión de la Ley Federal de Radio y Televisión (Promulgada en México, 19 de Enero de 1960), así como a los aspectos que ésta conlleva, como la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión.

El periodista Álvaro Delgado registra la siguiente información sobre esa etapa: “Cuando la mañana del miércoles 7 de febrero el secretario de Gobernación Santiago Creel, anunció que el lunes siguiente se instalaría el Consejo Nacional de Radio y Televisión, en una ceremonia prevista en la residencia oficial de Los Pinos, se anticipó que por fin se daría vigencia plena a la ley en esa materia”<sup>3</sup>.

“El lunes próximo, en Los Pinos, el gobierno Federal constituirá el Consejo Nacional de Radio y Televisión, con atribuciones legales y de carácter consultivo. Santiago Creel calificó el nacimiento de esa instancia como ‘todo un acontecimiento’, ya que desde que se promulgó en la Ley Federal de Radio y Televisión, no había sido constituido, a pesar de que así lo marca dicho

ordenamiento. A las 11:30 de la mañana del lunes, el Presidente de la República hará la instalación respectiva con un mensaje a los medios de comunicación relacionado con la libertad de prensa y la libertad de expresión”.<sup>4</sup>

Sin embargo, según reportaron los periódicos, ese mismo día, el 7 de febrero de 2001, el presidente Vicente Fox departió con los concesionarios de la radio y la televisión, y en el salón Venustiano Carranza de Los Pinos anuncia su nueva decisión y así lo estipulado en la ley y en el reglamento promulgado en 1973, el cual finalmente terminó por abrogar tiempo después.

De acuerdo con la revista Proceso, el anuncio se había hecho, en virtud de que un día antes, el 6 de febrero de 2001, Santiago Creel y José Luis Durán, subsecretario de Gobernación, se habían reunido con Joaquín Vargas Guajardo, entonces presidente de la CIRT, quien les expresó que los industriales estaban dispuestos a negociar una reforma al marco legal.

Sin embargo, en lugar de instalarse el Consejo Nacional de Radio y Televisión, órgano rector del Estado, para elevar la calidad moral, cultural y artística de las transmisiones, los concesionarios instituyeron el Consejo de Autorregulación.

“En el anuncio hecho el 7 de febrero por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)... según dijo su presidente Joaquín Vargas Guajardo se buscará dar curso a las distintas corrientes de opinión que hay sobre la programación y contenido de diversas emisiones que se transmiten en las estaciones de radio y canales de TV”<sup>5</sup>

Otro de los puntos que no hay que perder de vista es que, si según los concesionarios siempre estuvieron oprimidos por el gobierno, ¿cómo es que

---

<sup>3</sup> Álvaro Delgado, Antonio Jázquez y Fernando Ortega. La instalación del Consejo Nacional de Radio y TV aplazada indefinidamente. Proceso p. 36 25 de febrero de 2001. Número 1269

<sup>4</sup> Reforma. 7 de febrero de 2001, sección 2A

<sup>5</sup> Alma Rosa Alva de la Selva. La CIRT da pasos firmes para imponer su propuesta de autorregulación en radio y televisión. Zócalo No. 9 p. 8

lograron obtener y hacer de los medios de comunicación una poderosa industria, con gran influencia en la sociedad? Y ¿por qué es a partir del presidente Salinas que reconocen que tuvieron libertad de expresión? Hay que recordar que fue durante este sexenio cuando se ofrecieron grandes beneficios legales para acceder a los medios de comunicación y telecomunicaciones, además también en este lapso se efectúa la privatización de la que hoy es la segunda cadena de televisión más importante en nuestro país, TV Azteca.

Es por ello que, opuestos firmemente a cualquier cambio en la Ley, que ellos mismos ayudaron a redactar y que siempre les ha beneficiado, los concesionarios han buscado por todos los medios la autorregulación, mediante códigos de ética, y en virtud de que éstos han alcanzado las grandes cúpulas de poder, se instaló su ansiado Consejo de Autorregulación.

Ante ello, al día siguiente Vicente Fox se concretó a felicitarlos por su decisión, la cual anunció como todo un acontecimiento, y decidió cancelar indefinidamente el anuncio hecho días antes por su secretario de Gobernación, quien se “sentó” a esperar la instalación, prevista para el 12 de Marzo de 2001.

“El Consejo que ordena la ley, se instalará cuando se haya consensado debidamente”<sup>6</sup> admitió en ese entonces el subsecretario de Comunicación Social de la Subsecretaría de Gobernación, José Luis Durán Reveles.

Sin embargo Alma Rosa Alva de la Selva, advertía en Zócalo que la composición sugerida para integrar el citado Consejo de Autorregulación que de implantarse tal y como se ha propuesto, no contará con la representatividad necesaria para dar legitimidad a sus recomendaciones. De acuerdo con lo informado, en el naciente organismo, los emisarios de los intereses empresariales serán de clara mayoría, ya que se ha invitado a participar al Consejo Nacional de Publicidad, el Consejo de

Autorregulación Publicitaria e incluso al Consejo Coordinador Empresarial... es lógico suponer que los intereses comerciales tendrán prioridad”.

El Consejo de Autorregulación, sin embargo, se anunció para amortiguar la presión que estaba realizando la sociedad civil y el propio Poder Legislativo para que se cumpliera lo establecido por la Ley, pero ¿cuál fue finalmente la integración del mencionado Consejo de Autorregulación, anunciado para instalarse un mes después, es decir en marzo del 2001?

#### **4.2 Instalación formal del Consejo de Autorregulación**

Y así llegó el anunciado día. Y aunque los miembros de la CIRT defienden de manera férrea la existencia del Consejo, al punto que hasta les causa molestia que se pregunte por qué la coincidencia entre el anuncio de Reforma Legal de los Medios y la instalación del Consejo de Autorregulación, la siguiente fue la situación que se presentó el 6 de marzo de 2001 en lo que Fernando Mejía Barquera, señala como “el tercer intento por autorregularse y proveerse de un código de ética que señale los rumbos y limite a la programación que transmiten esos medios”<sup>7</sup>.

En la presentación del Consejo de Autorregulación, en un acto realizado en el auditorio Jaime Torres Bodet del Museo Nacional de Antropología e Historia, el presidente en turno de la CIRT, Joaquín Vargas Guajardo afirmó que el objetivo es promover el reconocimiento y la observancia de una serie de principios éticos y cívicos orientados a ofrecer una mayor calidad en los contenidos de los programas transmitidos tanto en radio como en televisión, sin embargo no especificó cuáles serían esos principios.

---

<sup>6</sup> Álvaro Delgado, Antonio Jázquez y Fernando Ortega. La instalación del Consejo Nacional de Radio y Tv aplazada indefinidamente. Proceso p. 37 25 de febrero de 2001. Número 1269

<sup>7</sup> Fernando Mejía Barquera. Ética y autorregulación, viejos e incumplidos los compromisos de los concesionarios. Zócalo No. 11 p. 10

Los siguientes son fragmentos del mensaje emitido por el presidente de la CIRT en la instalación del Consejo de Autorregulación (El discurso completo puede verse en los anexos, al final de esta investigación). Además se presentan las opiniones de esta autora a lo expresado por Joaquín Vargas.

“A lo largo de los últimos años, nuestro país ha experimentado un profundo proceso de cambio en todos los ámbitos de la vida nacional. En forma gradual, pero con determinación y eficacia, hemos sido capaces de emprender y lograr grandes transformaciones, que hoy nos permiten responder de mejor manera a las exigencias de nuestro tiempo: Podemos coincidir, en que si un signo ha caracterizado a este proceso de cambio, este ha sido, sin lugar a dudas, el de la apertura.

...Nos hemos abierto a la pluralidad y al desarrollo de la vida democrática. A la creciente y cada vez más crítica y responsable participación de la sociedad en los asuntos públicos”<sup>8</sup>.

Aunque el entonces presidente de la CIRT señalaba la evolución de nuestro país, no anunciaba que la relación gobierno-Medios había permanecido de manera casi intacta, es decir que los dueños de los medios habían conservado sus privilegios, imponiendo su voluntad en cuanto a materia legislativa, y que los pocos intentos por modificar la Ley de Radio y Televisión o poner en marcha sus mecanismos como el Consejo Nacional de Radio y Televisión, siempre eran rechazados y luego olvidados para finalmente seguir con la inercia del poder mediático.

Continuaremos retomando otros fragmentos del discurso de Vargas: “Nos hemos abierto, también, a la expresión libre de las ideas, y al debate político e ideológico entre las distintas corrientes de pensamiento... Hoy la sociedad

---

<sup>8</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

mexicana es dueña de su presente y tiene en sus manos la construcción de su promisorio futuro.

“La vieja relación desigual, entre un Estado grande y una sociedad pequeña, entre un Estado dominante y una sociedad pasiva, ha quedado, para bien de muchos, ya en el pasado. En el entorno democrático de nuestro tiempo, la fuerza del Estado descansa en la fuerza de la sociedad; en el respeto invariable a los derechos y las libertades del ser humano.

“Las libertades conquistadas nos imponen mayores responsabilidades, ya que una sociedad libre, debe ser necesariamente una sociedad responsable. Ahí reside la esencia del cambio que estamos construyendo. La clave es mantener equilibrio entre la libertad, la responsabilidad y autonomía. Este compromiso que nos atañe a todos, ya no es más un asunto exclusivo del Estado... constituye un reto que compartimos la sociedad, los empresarios de los medios de comunicación, los partidos políticos y los gobiernos”<sup>9</sup>.

El contenido del discurso refleja la intención de proponer la postura de la autorregulación como la mejor forma de decidir lo que es correcto y lo que no en el ámbito de los medios. Proyecta también la posición de que la regulación de los medios no es tarea del Estado, sino que debe llevarse a cabo con la participación de todos, pone especial énfasis en la sociedad civil, pero como veremos más adelante, en el citado Consejo, los representantes forman parte, o bien de grupos económico, o de élites que también persiguen sus propios fines, sin que de manera clara sea vislumbrado un auténtico representante de la sociedad civil.

---

<sup>9</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001



En los siguientes extractos se percibe que se intenta resaltar la importancia de los medios de comunicación y la libertad de expresión, pero que a mi parecer ellos consideran a ésta última como estar exentos de la normatividad y regirse por las ganancias que tal o cual programa pueda generar.

“Los medios de comunicación, hemos sido parte activa en el proceso de cambio que ha vivido nuestro país. Con el firme compromiso de servir a la sociedad y a las mejores causas de México, hemos sido el conducto para transmitir a la sociedad, la información sobre el quehacer público y para la libre expresión de las ideas.

“Todo lo que somos y hacemos, todo lo que seguiremos siendo y haciendo, tiene en la libertad de expresión su fundamento... en la libertad de expresión se sostiene nuestro trabajo y por la libertad de expresión podemos servir a la sociedad”<sup>10</sup>.

A los concesionarios también les interesa congratularse con el nuevo gobierno, pues como vimos anteriormente, cuando era tiempo electoral apostaron por los más fuertes, para que, independientemente de quien fuera el triunfador, estuviesen en buenos términos con él. Así resaltan la que consideran una nueva etapa y los cambios que con el nuevo gobierno se lograrán. Pero como ya también vimos, fue un cambio que sólo beneficio aún más a los integrantes de la CIRT.

Con la cita reforzaremos lo expuesto: “El 2 de julio marcó el inicio de una nueva etapa en la historia de nuestro país. El proceso electoral del año pasado, no sólo hizo posible el despliegue de la pluralidad política y la alternancia, sino que también abrió una oportunidad inmejorable: para

---

<sup>10</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

multiplicar y cristalizar el enorme potencial productivo y creativo de los mexicanos.

“El 2 de julio significó la culminación de la primera parte del trayecto del cambio; pero el cambio debe continuar y consolidarse, no sólo en el ámbito de la política, sino en todos los ámbitos de la vida nacional”<sup>11</sup>.

Para continuar mostrando su disposición hacia los nuevos acuerdos con el gobierno en turno, los concesionarios también se refirieron al aspecto legal, pero muy a su manera, resaltando lo obsoleta que resulta la Ley Federal de Radio y Televisión y sus propuestas para actualizarla: “Hay necesidad impostergable, de iniciar un proceso de reformas al marco normativo de nuestra industria, a fin de sintonizar las disposiciones legales que nos rigen, con las exigencias de la nueva realidad nacional e internacional. Es evidente que la Ley Federal de Radio y Televisión, expedida hace ya más de cuatro décadas, ha sido rebasada por los cambios que ha experimentado el país y por la revolución tecnológica de los últimos años. Su revisión y actualización son, en efecto, una necesidad que no sólo asumimos sino que deseamos impulsar con entusiasmo y responsabilidad. En este sentido, queremos hacer patente nuestra inmediata y más amplia disposición al diálogo con los legisladores federales; y hacemos público reconocimiento a la política de consensos, que el gobierno federal ha adoptado”<sup>12</sup>.

Aparte de manifestar su buena disposición se percibe una vez más cómo los concesionarios de cierta manera vitorean al nuevo gobierno y aparentan estar de acuerdo con las personas que ahora manejan el poder y son representantes del

---

<sup>11</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

<sup>12</sup> Idem

Estado; claro que siempre resaltando que por encima de todo cualquier reforma no podrá atentar contra sus logros.

“Estamos convencidos que las reformas que se realicen bajo esta lógica dotarán de plena transparencia y seguridad jurídica al nuevo régimen de concesiones de radio y televisión. Nuestra disposición y nuestro compromiso con la necesidad de impulsar las reformas, lo reitero, es plena e inmediata”<sup>13</sup>.

Así, después de haber preparado un terreno donde destacan la importancia de los medios, su complacencia con el nuevo gobierno, la obsoleta Ley Federal de Radio y Televisión y la necesidad de abrirse a nueva perspectiva, es como presentan su órgano rector: “El Consejo de Autorregulación de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión se trata de una iniciativa que refleja el sentir social y expresa la libre voluntad de todos y cada uno de los miembros de esta Cámara, por cumplir cada día, de mejor manera con nuestro compromiso de servicio a la sociedad y al país.

“Por ello, es muy importante enfatizar que no se trata, bajo ninguna circunstancia, de restringir libertades o imponer una moral a los afiliados a esta Cámara y a la audiencia. Se trata de promover una programación de calidad que no denigre al ser humano, ni atente contra su dignidad, sus libertades y su vida privada. El fin es promover lo mejor de nuestra cultura y nuestra sociedad, a partir del reconocimiento de su diversidad.

“Si en los regímenes autoritarios la censura sobre los medios de comunicación es la reacción del poder frente a la libertad de expresión, en un régimen de libertades como el que hoy disfrutamos, la autorregulación,

---

<sup>13</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

es la respuesta, para garantizar, insisto, el equilibrio entre la libertad, la autonomía y la responsabilidad.

“Este esfuerzo no pretende sustituir a la regulación que, por ley, le corresponde a las autoridades; es, por el contrario, un esfuerzo complementario. Y en consecuencia tiene como fin construir una regulación ética y cívica, ahí donde la ley no regula”.<sup>14</sup>

Así, los concesionarios señalan claramente que no pretenden sustituir la Ley, sino complementarla, pero, ¿alguna vez realmente la acataron? ¿Por qué la premura de instalar este nuevo Consejo? ¿Es coincidencia o “albazo” con la instalación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, organismo encargado por Ley de normar los contenidos en los medios electrónicos?

Continuemos analizando el discurso del presidente de la CIRT, para ver cómo ahora agradece a los integrantes que como ya dijimos, la mayoría de ellos persiguen fines muy similares, que no tienen nada que ver con los principios cívicos y éticos que anunciaron, son más bien intereses de tipo económico y de poder.

“Asimismo, deseo agradecer la participación y apoyo de las organizaciones que aceptaron formar parte de este Consejo:

- Asociación a Favor de lo Mejor
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
- Consejo Coordinador Empresarial
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria
- Consejo Nacional de la Publicidad

---

<sup>14</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

Con la instalación de este Consejo de Autorregulación se da inicio a un proceso que deberá irse enriqueciendo y perfeccionando con la experiencia y las aportaciones de todos sus miembros”.<sup>15</sup>

En posterior entrevista, el propio Vargas Guajardo señaló que: “el Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión representa una nueva cultura de libertad informativa, puesto que la CIRT es un garante de la libertad, la autorregulación es el factor de la nueva cultura informativa”.

Como es posible advertir, en el discurso se percibe claramente la intención de que este nuevo Consejo fuese juez y parte a la vez, que sean los concesionarios quienes decidan lo que “está bien” y lo que “está mal”; además resulta significativo que este organismo surgió ante el anuncio de instalar el Consejo Nacional de Radio y Televisión contemplado por la Ley, además de que los Códigos de Ética presentados en el año de 1967 y otro el 21 de julio 1998, terminaron en el fondo del cajón.

A esto hay que agregar lo que señala César Hernández: “A mí me tocó vivir cuando se intentaron aplicar los códigos de ética; además estamos en contacto permanente con otras asociaciones de radio y televisión, y ahora coincidimos con otras Cámaras, y coincidimos que si se tienen códigos de ética y lo tratamos de impulsar, es decir lo firmamos, y tratamos de cumplirlos, con el paso del tiempo es muy difícil que alguien lo cumpla al pie de la letra porque no hay sanción, así que si no hay capacidad de que la persona que lo cumpla no funciona, para eso sólo sirve la ley” afirma Hernández Espejo.

---

<sup>15</sup> Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación del Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001

Los concesionarios nuevamente consiguieron imponer su voluntad, pero, ¿quiénes son los integrantes de este publicitado Consejo de Autorregulación?

### 4.3 Integrantes

Los integrantes del Consejo de autorregulación según reportó en un primer momento la página de [www.cirt.org.mx](http://www.cirt.org.mx) eran:

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>INSTITUCION</b>
Presidente	Lic. Carlos Casio Narvaéz Lidolf	CIRT
Consejero	Sr. Lorenzo Servitje Sendra	Asociación a Favor de lo Mejor
Consejero	Dr. David Torres Mejía	Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior
Consejero	Ing. Claudio X. González Laporte	Consejo Coordinador Empresarial
Consejero	Sr. Guillermo Fernández Núñez	Consejo Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria
Consejero	Ing. Carlos Fernández González	Consejo Nacional de la Publicidad
Consejero	Lic. Roque Chávez López Presidente del Consejo Consultivo	CIRT
Consejero	Lic. Francisco Ibarra Fariña Vicepresidente del Consejo Directivo	CIRT
Consejero	Lic. Javier Tejado Dondé Prosecretario del Consejo Directivo	CIRT
Consejero	Lic. José Ignacio Suárez Vázquez	CIRT
Consejero	Lic. Luis Aviña Ayala	CIRT
Consejero	Lic. Eduardo Sánchez Hernández Coordinador de Asesores de la Presidencia	CIRT
Secretario Técnico	Lic. César Hernández Espejo director general	CIRT

Como puede percibirse, entre los integrantes figuran personajes ligados a la extrema derecha como: Lorenzo Servitje, además de los concesionarios, quienes resguardarán sus intereses a como dé lugar.

Sin embargo, tiempo después, la misma página de la CIRT reporta cambios en sus integrantes, empezando por el presidente, el cual, de acuerdo con los estatutos del Consejo de Autorregulación debe ser elegido entre los ex presidentes de la CIRT y permanecerá en su cargo durante dos años.

La siguiente es la composición más actualizada del Consejo de Autorregulación, de acuerdo con la propia CIRT:

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>INSTITUCION</b>
Presidente	Sr. Francisco Ibarra López	Presidente de Grupo ACIR Comunicaciones
Consejero	Ing. Gilberto Solís Silva	Presidente del Consejo Consultivo CIRT
Consejero	Sr. Lorenzo Servitje Sendra	Asociación a Favor de lo Mejor
Consejero	Lic. Adrián Vargas Gujardo	Presidente del Consejo de Comunicación
Consejero	Sr. Manuel Rubiralda Díaz	Presidente del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria
Consejero	Ing. Héctor Rangel Domene	Consejo Coordinador Empresarial
Consejero	Lic. Esteban Moctezuma Barragán	Presidente Ejecutivo de Fundación Azteca
Consejero	Mtro. José Luis Ibarra Mendivil	Secretario General de la Asociación Nacional de

		Universidades e Institutos de Educación Superior
Consejero	Lic. Javier Tejado Dondé	Director General de Información a la Presidencia de Televisa
Consejero	Lic. Francisco Ibarra Fariña	Director General de Televisión Integral
Consejero	Lic. Eduardo Sánchez Hernández	Secretario del Consejo Directivo CIRT
Secretario técnico	Lic. César Hernández Espejo	Director General CIRT

Ante la pregunta expresa de: ¿Cómo se decide quiénes integrarán el Consejo de Autorregulación?, César Hernández Espejo expresó: “Está formado por instituciones muy serias, nosotros los invitamos porque pensamos son representativos de la sociedad, son grupos muy fuertes, tienen muchos recursos, ellos (los grupos) especialmente “A favor de lo mejor”, constantemente nos hacen señalamientos, son organizaciones muy activas y tienen recursos para moverse”.

Con lo anterior surge el planteamiento de sobre si realmente los integrantes del Consejo de Autorregulación son representativos de la sociedad. Además, César Hernández señala que los integrantes son organizaciones muy activas y con recursos, a las cuales se toma mucho en cuenta, ¿qué pasaría si una organización sin tanta presencia y sin suficientes recursos quisiera pertenecer a este Consejo, quizá una formada por ciudadanos, se le prestaría la misma atención al no tener recursos para amenazar con retirar la publicidad como lo hizo “A favor de lo mejor”?

Eduardo Sánchez Hernández por su parte, señaló: “a los integrantes los designan los participantes del Consejo, son funcionarios de alto nivel de cada grupo participante”.



Cabe reiterar que todos los integrantes del Consejo pertenecen a poderosos y representativos grupos económicos, y por ningún lado se percibe alguien que represente directamente a la sociedad.

¿Cuáles son los objetivos de este Consejo de Autorregulación? En el siguiente apartado veremos qué persiguen con el Consejo los integrantes de la CIRT.

#### **4.4 Objetivos del Consejo de Autorregulación**

De acuerdo con la CIRT, oficialmente el Consejo persigue “promover el reconocimiento y la observancia de una serie de principios éticos y cívicos orientados a ofrecer mayor calidad en los contenidos de los programas que se transmiten por la radio y la televisión, de tal modo que, sin menoscabo de la libertad de expresión y la diversidad que nos caracteriza, podamos contribuir de mejor manera a la divulgación y aprecio de los valores éticos y cívicos de la sociedad mexicana.”<sup>16</sup>

Pero al momento que se instaló el Consejo no se especificó cuáles serán los principios cívicos y éticos que orientarían a una mayor calidad en la radio y la televisión.

En una posterior entrevista radiofónica con Radio Red, el 7 de marzo de 2001, uno de los integrantes del Consejo, el primer presidente, Casio Carlos Narvárez dijo: “El Consejo de Autorregulación recibirá quejas provenientes de instituciones o personas de la Sociedad mexicana que aprecien un funcionamiento antiético por parte de alguna radiodifusora o televisora. Se hará la investigación correspondiente y, si se comprueba que la falta existe, se formulará un extrañamiento al concesionario, solicitándole que corrija su actitud. Si la solicitud no es atendida, se hará una denuncia pública, con el objeto de poner en evidencia

---

<sup>16</sup> [www.cirt.org.mx](http://www.cirt.org.mx)

a la estación o el canal televisivo involucrado. El descrédito ante la sociedad será la sanción a que estarán expuestos los concesionarios que no tengan un comportamiento apegado a la ética”.<sup>17</sup>

¿Qué no corresponde al Consejo Nacional de Radio y Televisión contribuir a elevar la calidad moral y artística de las emisiones de radio y televisión y ser un organismo vigilante de las emisiones?

¿Una simple exhibición de la conducta no ética, es suficiente castigo para un concesionario que diariamente se “embolsa” miles de pesos por los contenidos de sus programas?

Al preguntar a César Hernández cuáles son esos principios cívicos y éticos a los que se refiere el Consejo de Autorregulación, contestó de manera ambigua: “pues son aquellos con los que nos identificamos los mexicanos, nosotros no les decimos a los medios cuáles son los principios, nosotros promovemos que ellos mismos hagan su código de ética, nuestra función es promover la autorregulación, no creamos “los diez mandamientos”, sino que ellos (los concesionarios) los crean y los cumplen, en una cadena de autorregulación las cosas no vienen de afuera, no les decimos qué hacer, sino que insistimos en la autorregulación”.

Por otra parte, Eduardo Sánchez, mostrando una mayor apertura ante el tema, señala que los principios cívicos y éticos se encuentran en los estatutos de la propia CIRT, ¿por qué entonces César Hernández dice que no hay escritos tales principios y que sólo son accesibles a los integrantes del propio Consejo de autorregulación y a los concesionarios? Si los estatutos no están a disposición del público, ¿con qué criterio o fundamentos pueden los espectadores formular su queja y que prospere ante los concesionarios?

---

<sup>17</sup> Fernando Mejía Barquera. Ética y autorregulación, viejos e incumplidos los compromisos de los concesionarios. Zócalo No. 11 p. 11

Por resultar de interés para el objetivo de este trabajo a continuación se incluye lo referente al Consejo de Autorregulación, contenido en el capítulo XX y comprende del artículo 101 al 110 de los estatutos de la CIRT:

**ARTICULO 101.-** Para poder cumplir con el objetivo de la Cámara se crea el Consejo de Autorregulación, al cual en este capítulo se le identificará como “el Consejo”, mismo que tendrá las siguientes facultades:

I. Recibir quejas obre los contenidos trasmitidos por lo integrantes de la Cámara, que afecten a la niñez, y que contengan un alto contenido de violencia o realicen apología de ésta; presenten programas o escenas de explícito contenido sexual que carezca de valor educativo o informativo; o exalten el uso y consumo de drogas, tomando en cuenta en todo momento la pluralidad y diversas costumbres culturales y sociales del pueblo de México.

II. Dar el trámite correspondiente a dichas quejas que por escrito sean presentadas a este Consejo.

III. Dentro de la tramitación de dichas quejas, dar intervención al concesionario, miembro integrante de la Cámara, para que dé repuesta, rinda pruebas y formule alegatos, todo ello en con el asunto que se trate.

IV. Emitir dictamen en un plazo no mayor de sesenta días, contado a partir de la integración del expediente y comunicarlos al Consejo Directivo.

V. Excepcionalmente, emitir recomendaciones a lo afiliados a esta Cámara, en el caso de que las quejas presentadas en su contra no se ajusten a los lineamientos previstos en el capítulo XX.

**ARTICULO 102.-** El Consejo estará integrado por doce representantes, de los cuales cinco, lo serán de las agrupaciones relacionadas con la radio y la televisión, por invitación del Consejo Directivo; y los siete restantes serán: el Presidente del Consejo Consultivo; dos representantes de la sección de televisión; tres representantes de la sección de radio, todos designados por el presidente en turno del Consejo Directivo; y un miembro ex presidente elegido por acuerdo entre los ex presidentes del Consejo directivo de la Cámara.

**ARTICULO 103.-** Los miembros integrantes del Consejo, durarán en su encargo dos años y sus cargos serán honoríficos e indelegables.

**ARTICULO 104.-** El Consejo será presidido por el miembro ex presidente del Consejo Directivo, elegido conforme al artículo 102 y el resto de sus integrantes tendrán el cargo de vocales conejeros y será auxiliado por un secretario técnico, cuyo cargo lo ocupará el Director de la Cámara.

**ARTICULO 105.-** El Consejo sesionará previa invitación, a propuesta del presidente en el domicilio de la Cámara, cuando reciba queja por escrito y para sesionar, requerirá de la presencia de dos terceras partes de sus miembros.

**ARTICULO 106.-** El procedimiento a que se sujetará el consejo es el siguiente:

- I. Puede presentar queja cualquiera persona física o moral que lo considere procedente.
- II. Sólo se admitirán pruebas documentales y aquellas que sean susceptibles de desahogarse por su propia naturaleza, el Consejo sólo analizará las pruebas que se acompañen al escrito de queja y al escrito de contestación, en su caso.

III. Sólo se dará trámite a las quejas que por escrito sean presentadas en el domicilio social de la CIRT, Horacio #1013, Colonia Polanco, México, D.F., Código Postal 11550.

IV. Una vez recibida la queja, la misma será turnada al presidente del Consejo, quien en un plazo de tres días hábiles contados a partir de la fecha de recepción, decidirá si, de acuerdo con los Estatutos, es o no procedente darle trámite, en caso de negativa, se informará al quejoso, por escrito, los motivos para no dar trámite a su petición.

En caso de ser procedente su trámite, se correrá traslado de la queja a los integrantes del Consejo y al concesionario o concesionarios objeto de la misma. Esta notificación irá acompañada por copia de la queja, así como de las quejas que hubiere acompañado el quejoso, para que en un plazo de 10 días hábiles manifiesten los concesionarios lo que a su derecho convenga, pudiendo el presidente del Consejo, a petición expresa del concesionario, ampliar el plazo antes citado hasta por otros 10 días hábiles.

El Consejo se reunirá para celebrar junta de deliberación dentro de los 10 días naturales siguientes al término del plazo establecido en el párrafo anterior y deliberará respecto a la queja presentada y al escrito de contestación en su caso y de los alegatos expuestos por escrito, por las partes.

El presidente del consejo podrá decretar los recesos que estime convenientes, lo que no deberá intervenir para que el Consejo emita un dictamen en un plazo máximo de 60 días naturales contados a partir de la fecha de instalación de la Junta de Deliberación.

El dictamen del Consejo tendrá carácter de recomendación y se remitirá al Consejo Directivo de la Cámara, quien al recibir dicho dictamen lo podrá hacer suyo, y lo notificará al quejoso y a los concesionarios objeto del mismo.

Las resoluciones del Consejo directivo serán inapelables.

V. Las sanciones podrán ser de tres tipos:

- a) Extrañamiento
- b) Amonestación privada
- c) Amonestación pública

Dichas sanciones serán propuestas a juicio del Consejo dependiendo de la naturaleza y gravedad de los hechos probados en materia de programación de conformidad con el artículo 101.

- VI. para la emisión de la recomendaciones se seguirá el mismo procedimiento que para la implementación de sanciones que se establece en lo términos de la fracción IV de este artículo.

**ARTICULO 107.-** El secretario técnico auxiliará al Consejo en la integración de la documentación, conservación de expedientes y manejo de invitaciones y correspondencia y con los recursos de la Cámara; atenderá a las funciones administrativas necesarias que fueren requeridas por el Consejo.

**ARTICULO 108.-** Todos los integrantes del Consejo y el secretario técnico, deberán guardar absoluta reserva de los asuntos en trámite, hasta tanto se emita un dictamen por el propio Consejo.

**ARTICULO 109.-** Por circunstancias justificadas, los integrantes del Consejo, podrán emitir su opinión o voto, por escrito.

**ARTICULO 110.-** Todo dictamen que resuelva cualquier asunto sometido al Consejo, requerirá para su aprobación del voto favorable de las dos tercera partes de sus integrantes.

A partir de lo anterior, puede decirse que resulta evidente que el Consejo es una simulación más de los concesionarios, en su afán de conservar los privilegios, concesiones, atribuciones y poder que a lo largo de la historia han conseguido en contubernio con el gobierno en turno. El régimen de Vicente Fox, no es la excepción.

#### **4.5 Resultados (casos ejemplificados)**

Antes de comenzar con este apartado hemos de decir que los integrantes del Consejo de Autorregulación entrevistados, es decir, César Hernández y Eduardo Sánchez se mostraron reacios a comentar al respecto de actuaciones de este citado Consejo. Sin embargo, Eduardo Sánchez, en una actitud más abierta accedió a comentar algunos aspectos, mientras que César Hernández se negó rotundamente, por lo que surge la pregunta: Si en cuestiones tan simples, como proporcionar información sobre el organismo citado no se pueden poner de acuerdo, ¿cómo es que el Consejo de Autorregulación toma sus decisiones?

“Tuvimos un caso muy sonado, sobre todo en el norte del país, más específicamente en Sinaloa, donde “los narcocorridos” causaron polémica, así que se nos turnó el caso, pues la sociedad de ese estado pensó que al tocar los narcocorridos se estaban exaltando las acciones de los delincuencia; y después de reunirnos y deliberar decidimos que los programadores afiliados a la CIRT dejarían de tocarlos” comenta Eduardo Hernández.

Aquí surge la pregunta sobre qué tipo de decisión se tomó, si de censurar porque la sociedad presionaba y dejaba de escuchar tal o cual estación, o si porque en verdad los concesionarios estuvieron convencidos de sacar este tipo de música que ya forma parte de la cultura del Estado de Sinaloa.

Eduardo Sánchez comentó que respecto a los ‘Talk Shows’ también hubo señalamientos; “sin embargo ese caso no te lo puedo contar, pues nosotros manifestamos los extrañamientos a Televisa y TV Azteca y ellos deciden junto con

su Comité de Ética las medidas que se van a tomar” dijo Sánchez, pero entonces ¿qué pasa si a su interior Televisa y TV Azteca deciden no tomar ninguna acción, ¿el trabajo del Consejo de Autorregulación queda en el olvido?

Si de acuerdo con los integrantes de la CIRT están comprometidos con medios de comunicación de calidad ante la sociedad, ¿por qué a esta misma no le proporcionan de manera abierta la información sobre aquellas empresas que han sido sancionadas, para que sean los televidentes quienes juzguen la actuación de esos concesionarios?



## CONCLUSIONES

Luego de la revisión realizada sobre el Consejo de Autorregulación de la CIRT, la autora de la investigación llega a las siguientes consideraciones finales.

El Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), es otro de los recursos utilizados por los concesionarios de radio y televisión para evadir las leyes concernientes a los medios electrónicos. Es también un mecanismo por ganar *rating*, confundiendo al auditorio a quien se le dice que con este Consejo se busca elevar la calidad moral y artística de los contenidos, cuando en realidad se busca obtener ganancias bajo el precepto de realizar programas de calidad.

Los concesionarios afirman que el principal beneficiario de la actuación del Consejo de Autorregulación será el auditorio, pero ¿cómo lograrán esto? Si el auditorio no se entera de cómo actúa el Consejo, bajo qué principios se rige o quiénes son los concesionarios a quienes se les ha hecho una llamada de atención. Resulta contradictorio que un beneficiario de un acto, ni siquiera se entere que éste existe.

Las sanciones que impone el Consejo de Autorregulación son llamadas de atención, pero a mi parecer en un mundo donde se mueven tantos intereses y ganancias monetarias, no es suficiente una llamada de atención, pues ésta puede quedar en el olvido, nunca realizarse o bien, ni siquiera existir.

La autorregulación que pregonan es un acto de conveniencia a sus intereses; ellos se dejan llevar hacia donde el dinero les indique, no hacia donde su ética y moral los guíe; no están convencidos de realizar un verdadero esfuerzo a favor de una calidad en los medios, ya que los concesionarios son al mismo tiempo juez y parte a la hora de juzgar los contenidos en los medios electrónicos.

El verdadero encargado de juzgar lo contenidos es el Consejo Nacional de Radio y Televisión, provisto en la Ley Federal de Radio y Televisión, sin embargo la actuación de éste ha sido casi nula, además, según palabras del secretario de la CIRT, Eduardo Sánchez dice desconocer si el Consejo Nacional de Radio y Televisión funciona o no, y surge la pregunta ¿qué los dueños de los medios no son conocedores de la legislación y trabajo que a su área compete?

Si cómo pregonan lo concesionarios, este es un esfuerzo por mejorar los contenidos ¿por qué antes no se había instalado este Consejo de Autorregulación? ¿Qué pasó con los esfuerzos anteriores de los códigos de ética al interior de la CIRT?

Los concesionarios se esperaron para lanzar a la luz pública su Consejo de Autorregulación porque se hizo el anuncio de la reforma de la Ley de Radio y Televisión, y con la complicidad del gobierno en turno, nuevamente evaden la ley.

No hay que olvidar que gracias a la complicidad existente entre gobierno y concesionarios de los medios de comunicación electrónicos, se logra modificar el reglamento de la Ley de Radio y Televisión y que en éste -un asunto estrictamente legal- incursione la ansiada autorregulación, que más que ser un asunto de legalidad es un punto de conciencia y de ética de manera personal.

Es también evidente que la relación entre concesionarios-gobierno ya no es cuestión de personas, sino de instituciones. Los pactos y convenios se entienden ya de manera cotidiana. En la realidad de los medios de comunicación mexicana y el gobierno, aunque se cambien funcionarios o partido en turno, al parecer los acuerdos de poder y cooperación ya están perfectamente delineados.

La diferencia con gobiernos anteriores y la actual administración es que con el mandato de Vicente Fox, la relación ahora se hace evidente y de más amplia cooperación con lo cual incluso dejan fuera del escenario al poder legislativo



# ANEXOS

## ANEXO 1

### ESTRUCTURA DE LA CIRT

“ **Asamblea General:** Es la máxima autoridad de la CIRT. Se reúne anualmente dentro de los tres últimos meses de cada año, para revisar y aprobar por mayoría, las iniciativas y ponencias presentadas por los consejeros y socios, mismas que permiten el desarrollo de la industria. Analiza y aprueba el plan de trabajo del Consejo Directivo para el periodo siguiente y establece las líneas de acción a seguir, siempre con el objetivo de que tanto los radiodifusores como las estaciones de radio y televisión proyecten y desarrollen lo mejor de sí. La Asamblea General es regida por el Presidente del Consejo Directivo y durante sus trabajos, son designados los miembros de los Consejos Directivo y Consultivo.

**Consejo Directivo:** Es el principal órgano de dirección de la CIRT. Designa los cargos de sus integrantes y de las personas que representan a la industria ante toda clase de autoridades e instituciones, tanto nacionales como internacionales y promueve en forma permanente la participación activa de los concesionarios de radio y televisión en el desarrollo del país. Está integrado por 22 consejeros quienes ocupan los siguientes cargos: presidente, seis vicepresidentes, secretario, tesorero, prosecretario, protesorero y once vocales.

**Consejo consultivo:** Es el portavoz de los radiodifusores de los Estados de la República Mexicana, ya que recoge las inquietudes de los concesionarios y las presenta al Consejo Directivo para su solución. El Consejo Consultivo se reúne dos veces al año en sesiones ordinarias y al menos en una ocasión, la realiza en alguno de los estados del país. Está integrado por un presidente, cuatro vicepresidentes, tesorero, secretario y seis vocales.

También son vocales los 32 miembros correspondientes a cada una de las Delegaciones CIRT estatales y el Distrito Federal.

**Delegaciones:** Son asociaciones de radiodifusores estatales que representan a los concesionarios de radio y televisión en su entidad y ante el Consejo Directivo. Participan en el desarrollo de la industria en su localidad y auxilian en el registro de los socios de su jurisdicción, como miembros activos de la Cámara. Mantienen una relación respetuosa y cordial con las autoridades y con las comunidades para las cuales transmiten sus señales, y con su actividad fomentan y propician el acercamiento entre los diversos sectores de la sociedad. Cada Delegación CIRT está integrada por un presidente, un secretario y un tesorero.

**Comités:** Son grupos de trabajo de origen estatutario integrados por especialistas en diversas actividades relacionadas con la industria de radio y televisión. Su labor es vital, ya que analizan y dictaminan sobre los asuntos que el Consejo Directivo les encomienda y que, por su naturaleza, requieran de una opinión especializada.

**Radiodifusión:** Estudia las leyes, reglamentos, disposiciones y proyectos, emanadas o no de la autoridad, que se relacionan con las actividades de radiodifusión en sus aspectos técnico, autoral, programático, administrativo y fiscal.

**Fomento:** Estudia los nuevos métodos publicitarios, técnicas de anuncios, producción de programas y en general, aquellas actividades que tiendan al desarrollo y elevación de la radio y la televisión como vehículos de cultura, información y entretenimiento.

**Ética:** Exhorta a los socios de CIRT a practicar cotidianamente en sus radiodifusoras, las Normas de Ética de las Estaciones de Radio y

Televisión, al promover el uso correcto del lenguaje, respeto a la institución familiar como núcleo social, la unión entre personas, sociedades y naciones; la difusión seria, responsable y comprobada de noticias; de mensajes que propicien la salud, la protección de la ecología y de los recursos naturales.

**Relaciones:** Con base en la buena disposición y entendimiento hacia las personas e instituciones, fomenta y estrecha la excelencia en las relaciones de cooperación e intercambio de ideas y propuestas entre los socios y funcionarios de entidades tanto públicas como privadas, vinculadas con la industria.

**Planeación y desarrollo:** Analiza y propone los proyectos, planes y estudios necesarios para el desarrollo futuro de la radiodifusión, con el fin de contar con las estrategias convenientes para el crecimiento de la radio y la televisión en nuestro país. Cuenta con la participación de otros Comités o Comisiones, así como de personas e instituciones que juzgue necesarios.

**Comisiones:** Son grupos de trabajo no estatutarios, integrados para el análisis y la solución de asuntos específicos y prioritarios. El Consejo Directivo los integra con las necesidades de la CIRT y recurre a ellos para obtener el análisis y la opinión de especialistas. Permanecen activos hasta cumplir su objetivo o por tiempo indefinido.

**Mixta SCT-CIRT:** Tiene a su cargo el estudio y seguimiento de todos aquellos asuntos que, de manera directa o indirecta, nos relacionan con esa dependencia gubernamental. Esta Comisión es integrada por funcionarios de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

**Mixta RTC-CIRT:** Estudia asuntos de interés común entre la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Está integrada por funcionarios de RTC y directivos CIRT.

**Nacional de vigilancia del contrato-ley:** Verifica el cabal cumplimiento en el país de lo concertado en el Contrato-Ley de la Industria de Radio y Televisión. Integrada por miembros de CIRT y de los sindicatos.

**Relaciones internacionales:** Fomenta la participación y cooperación de la CIRT con organismos internacionales, principalmente con los relacionados con la Industria de Radio y Televisión, como la National Association of Broadcasters (NAB), Canadian Association of Broadcasters (CAB) y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), entre otras.

**Nuevas tecnologías:** Estudia, analiza y propone acciones para el adecuado surgimiento, aplicación y desarrollo de nuevas tecnologías en la radiodifusión mundial que mejor se adaptan a las condiciones generales de nuestro país.

**Satélites:** Con el estudio y análisis de la operatividad y calidad de las transmisiones vía satélite; orienta a los socios usuarios de sistemas de satélites mexicanos y actualiza sus conocimientos sobre los continuos avances en la materia.

**Investigaciones:** Desarrolla estudios e investigaciones cuyos resultados ayudan a nuestros socios a tener un panorama real de la industria y contar con mejores herramientas para la toma de decisiones.

**Juvenil:** Es el vehículo de integración entre los jóvenes radiodifusores de la República Mexicana. Colabora en el desarrollo y preparación de sus



miembros. Es una agrupación juvenil que organiza convenciones, seminarios, talleres y cursos en los que participan expertos conferenciantes y estudiantes de Comunicación, Publicidad, Relaciones Públicas y carreras afines.

## **Estructura Ejecutiva**

### **Dirección General**

César Hernández Espejo

Programa y realiza las actividades del plan de trabajo aprobado por la Asamblea General para el año en curso; vigila la ejecución de los acuerdos y determinaciones de los Consejos Directivo y Consultivo. Administra y supervisa el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, financieros y materiales de que dispone la CIRT. Para lograr sus objetivos, coordina y se apoya en las demás áreas de la Cámara.

### **Subdirección General**

Mauricio López Ramming

Colabora estrechamente con la Dirección General, en las tareas que ésta tiene asignadas.

### **Dirección Jurídica**

Carlos Alberto Ezeta Salcedo

Asesora a los concesionarios en su entorno legal, al orientarlos y proponerles soluciones a los asuntos de carácter jurídico que afectan a la radio y la televisión. Coordina las actividades relativas a la revisión del Contrato-Ley y mantiene estrecha relación con algunas secretarías de Estado y otras instituciones públicas y privadas vinculadas con la industria.

### **Dirección de ingeniería**

Jaime Robledo Romero

Asesora a los diversos comités y comisiones CIRT en aquellos asuntos de carácter técnico que tienen relación con la industria. Orienta a los radiodifusores con el propósito de que las estaciones se encuentren en un estado óptimo de operación. Informa a los industriales acerca de las innovaciones e investigaciones tecnológicas en materia de telecomunicaciones, tanto de organismos nacionales como internacionales.

### **Dirección administrativa**

Gerardo Cruz Gorostizaga

Administra los recursos humanos y financieros de la Cámara y coordina la ejecución de los procesos contables, administrativos y tributarios, con el objeto de que la CIRT tenga salud financiera que le permita realizar los planes y proyectos aprobados por la Asamblea General y el Consejo Directivo.

### **Dirección de información e investigación**

Adrián Ángel Muñoz

Obtiene y actualiza la información inherente a la radiodifusión en México, con el propósito de que las áreas de la Cámara cuenten con elementos de juicio para una adecuada toma de decisiones. Proporciona datos generales y bibliográficos sobre radio y televisión y administra y desarrolla los sistemas de cómputo necesarios para la CIRT.

### **Dirección de comunicación y relaciones públicas**

Ana Paula Elizondo Pozo

Cuida, mantiene y difunde la buena imagen de la CIRT, al coordinar el buen desarrollo de las reuniones, eventos y convenciones de la Cámara. Informa sobre las actividades de la industria a través de la revista Antena y edita el Directorio CIRT, con los datos estadísticos de las radiodifusoras concesionadas que operan en la República Mexicana, así como leyes y reglamentos de la industria de radiodifusión.

### **Instituto de capacitación de la industria de radio y televisión**

Yolanda Fuentes Romero

Proporciona capacitación profesional para los trabajadores de la industria. Al detectar las necesidades de las estaciones de radio y televisión, diseña y organiza seminarios, cursos y programas de adiestramiento acordes a sus requerimientos. Registra ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, los planes de capacitación de los concesionarios y tramita los certificados de aptitud para locutores, cronistas y comentaristas. Complementariamente, promueve y fomenta los Programas de Educación Continua para jóvenes estudiantes, cubriendo el espacio que la educación universitaria abarca en mínima parte.

# **ANEXO 2 REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN PUBLICADO EL 10 DE OCTUBRE DE 2002**

Jueves 10 de octubre de 2002  
DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (Edición Vespertina)

## **PODER EJECUTIVO SECRETARIA DE GOBERNACION**

REGLAMENTO de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

**VICENTE FOX QUESADA**, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con fundamento en los artículos 2o., 13, 26, 27, 36, 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 1o., 2o., 3o., 4o., 5o., 6o., 7o., 9o., fracciones I y II, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 37, 58, 59, 59 bis, 60, 61, 62, 63, 64, fracción I, 65, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 80, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 96, 97, 101, fracciones I, II, IV, V, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y XXIV, 103, 104, 105, 106 y demás relativas de la Ley Federal de Radio y Televisión, y

### **CONSIDERANDO**

Que el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, vigente desde 1973, ya no responde a la actual realidad política y social de nuestro país, donde el papel de los medios de comunicación es esencial para consolidar una democracia moderna;

Que en un marco de gobernabilidad democrática y Estado de Derecho, la adecuación del Reglamento debe responder a los principios de libertad de expresión, certeza jurídica y de responsabilidad social, para lograr un sano desarrollo de la industria de radio y televisión de nuestro país, tan importante para todos los mexicanos;

Que en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 se establece la necesidad de fortalecer la función social que les corresponde desempeñar a la radio y la televisión en su calidad de medios concesionados y permisionados, así como el compromiso de promover una eficiente administración y utilización de los tiempos del Estado, respecto a lo cual, no debe omitirse que en forma complementaria se buscará ajustar los tiempos del Ejecutivo Federal;

Que para establecer los lineamientos y criterios de clasificación de los contenidos de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros debe incorporarse la participación ciudadana en el Consejo Nacional de Radio y Televisión, a fin de garantizar el afianzamiento de la unidad nacional, el enriquecimiento de nuestra cultura y también de la educación de la población, así como la mejora en la calidad de los contenidos;

Que la función social de estas actividades debe llevarse a cabo con transparencia y objetividad, teniendo la finalidad primordial de proteger el sano desarrollo de la niñez y juventud mexicanas;

Que la tarea informativa debe constituir una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública;

Que el marco jurídico que rige a los concesionarios de radio y televisión debe establecer condiciones transparentes para el otorgamiento y refrendo de las concesiones y permisos que hacen operar a la industria;

Que en el esquema jurídico actual, existe incertidumbre en el alcance de audiencia efectiva que tienen los tiempos del Estado en los medios electrónicos de comunicación, lo que obliga a replantear su uso para que éstos puedan cumplir adecuadamente su propósito social;

Que la experiencia demanda simplificar sustantivamente los trámites relacionados con las actividades de la radio y la televisión, como en materia de programas de concursos y de transmisiones provenientes del extranjero o en idioma distinto al español;

Que en la democracia, la libertad de expresión debe ejercerse con respeto absoluto a los derechos de réplica y de privacidad de los ciudadanos frente a los medios, de manera que tanto éstos como los comunicadores puedan defender el derecho para preservar intacta su dignidad personal;

Que los principios que debe incorporar la reglamentación de la radio y la televisión son la libertad de expresión, el respeto mutuo, la participación ciudadana y las condiciones de transparencia y claridad jurídica, con el objeto de lograr una relación más confiable y benéfica para nuestro país, entre los concesionarios y el Estado;

Que a partir de la construcción de consensos, el Consejo Nacional de Radio y Televisión debe constituirse en un instrumento de orientación de la política pública y de asesoría del Ejecutivo Federal en materia de radiodifusión, capaz de satisfacer las necesidades de los concesionarios, del público, de los anunciantes, y de la sociedad civil, a la cual se le otorga participación en dicho Consejo;

Que el marco normativo debe propiciar una industria de radio y televisión fuerte, competitiva, moderna y comprometida con la sociedad, por lo que le debe otorgar certeza jurídica para realizar inversiones de largo plazo, aprovechar el desarrollo tecnológico, impulsar nuevos mercados, constituirse como un generador de empleos y, en general, contribuir al fortalecimiento de la economía nacional;

Que los cambios que se ha estimado conveniente reflejar en el Reglamento vigente se refieren a la actualización de las atribuciones en materia de radio y televisión de las secretarías de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes y de Educación Pública; la simplificación administrativa mediante la reducción de requisitos y plazos para la autorización de programas que otorga la Secretaría de Gobernación y reglas para el funcionamiento del Consejo Nacional de Radio y Televisión, que incluya la participación de la sociedad civil;

Que, igualmente, se incorporan cambios que orientarán la radio y televisión en sus actividades de fortalecer la solidaridad, la equidad de género y el respeto a los derechos de grupos vulnerables; que promoverán el derecho de réplica, mejorarán la calidad en los contenidos de las transmisiones y se creará un Registro Público de Concesiones y Permisos, en beneficio de la transparencia de la acción pública;

Que, en el mismo sentido, y respecto del Gobierno Federal, los cambios se aplicarán en materia de publicación de criterios de clasificación, transparencia y acotamiento en la discrecionalidad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos y, especialmente, comprende la inclusión de las propuestas de los grupos de trabajo que participaron en la mesa de diálogo instalada para tal efecto, y

Que los principales cambios respecto a la industria de radio y televisión consisten en la regulación de los programa de ofertas de productos, en la transparencia y seguridad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y

permisos, flexibilidad en la comercialización y mayor presencia en el Consejo Nacional de Radio y Televisión,

He tenido a bien expedir el siguiente reglamento.

**REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN,  
EN MATERIA DE CONCESIONES, PERMISOS Y CONTENIDO  
DE LAS TRANSMISIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN**

**TÍTULO PRIMERO**

**Disposiciones generales**

**Artículo 1o.-** La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales.

**Artículo 2o.-** En el cumplimiento de las funciones que establecen la Ley Federal de Radio y Televisión y este Reglamento, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

**Artículo 3o.-** La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; al estímulo a nuestra capacidad para el progreso, a la facultad creadora del mexicano para las artes; a la participación ciudadana y a la solidaridad, y al análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional, la equidad de género y el respeto a los derechos de los grupos vulnerables.

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

**Artículo 5o.-** La programación de las estaciones de radio y televisión deberá contribuir al desarrollo económico del país, a la distribución equitativa del ingreso y al fortalecimiento de su mercado.

**Artículo 6o.-** Para efectos de la aplicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, se considerará que en el idioma nacional están comprendidas las lenguas de los pueblos y comunidades indígenas existentes en el país.

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **De la competencia**

**Artículo 7o.-** El presente ordenamiento reglamenta únicamente las atribuciones que la Ley Federal de Radio y Televisión otorga a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en materia de concesiones y permisos; a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y a la Secretaría de Educación Pública.

**Artículo 8o.-** A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes competen las atribuciones a que se refiere el artículo 9o. de la Ley Federal de Radio y Televisión.

**Artículo 9o.-** A la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación compete:

**I.** Ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría de Gobernación en materia de radio y televisión;

**II.** Someter al acuerdo del Secretario de Gobernación lo relativo a la coordinación, promoción y fomento de las actividades que, en el ámbito de su competencia, realiza la Secretaría en materia de radio y televisión;

**III.** Regular los contenidos de las transmisiones de radio y televisión;

**IV.** Resolver las solicitudes de clasificación para transmitir películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros, producidos en el país o en el extranjero, así como vigilar su observancia;

**V.** Autorizar la transmisión de programas desarrollados o producidos en el extranjero, así como la de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional;

**VI.** Vigilar, con la participación que corresponda a otras dependencias, que los contenidos de las transmisiones de radio y televisión cumplan con las



disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, de este Reglamento y de los correspondientes títulos de concesión o permisos;

**VII.** Autorizar la transmisión de programas en idiomas diferentes al nacional por radio y televisión;

**VIII.** Conceder permisos para la transmisión de programas de concursos, de preguntas y respuestas y de otros semejantes, en coordinación con la Unidad de Gobierno de la Secretaría de Gobernación en los casos que proceda;

**IX.** Promover, con la intervención que corresponda a otras dependencias, la producción de materiales de radio y televisión para que se difundan a través de los tiempos del Estado;

**X.** Proveer lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión;

**XI.** Ordenar y coordinar el encadenamiento de las estaciones de radio y televisión, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión;

**XII.** Conocer previamente los boletines que los concesionarios o permisionarios estén obligados a transmitir gratuitamente y ordenar a éstos su difusión, salvo en los casos de notoria urgencia, en los cuales las autoridades podrán directamente y bajo su responsabilidad, ordenar su transmisión de acuerdo con lo señalado por el artículo 60 de la Ley Federal de Radio y Televisión;

**XIII.** Emitir la opinión a que se refiere la fracción III del artículo 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;

**XIV.** Vigilar la transmisión del Himno Nacional por estaciones de radio y televisión, así como la proyección por televisión del Escudo y de la Bandera Nacionales y los programas que versen sobre los mismos, o que contengan motivos del Himno, en coordinación con la Unidad de Gobierno de la Secretaría de Gobernación;

**XV.** Imponer las sanciones que correspondan por incumplimiento de las disposiciones aplicables en el ámbito de su competencia, y

**XVI.** Las demás que le confiere este Reglamento y otras disposiciones normativas aplicables.

**Artículo 10.-** A la Secretaría de Educación Pública compete:

- I. Intervenir en el ámbito de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor y los derechos conexos respecto del uso exclusivo de sus emisiones, y
- II. Expedir los certificados de aptitud de locutores, cronistas o comentaristas que eventual o permanentemente participen en las transmisiones de las estaciones de radio y televisión.

### **TÍTULO TERCERO**

#### **De las concesiones y de los permisos**

**Artículo 11.-** En el procedimiento para el otorgamiento de concesiones previsto en la Ley Federal de Radio y Televisión, se atenderá a lo siguiente:

- I. Para los efectos de la fracción III del artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se entiende por información detallada de las inversiones en proyecto la relativa a:
  - a) Descripción y especificaciones técnicas;
  - b) Capacidad técnica;
  - c) Programa de cobertura;
  - d) Programación;
  - e) Programa de inversión;
  - f) Documentación con que acredite la capacidad financiera;
  - g) Programa comercial, en términos de las características de la plaza o zona de concesión especificada en la publicación a que se refiere el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, y
  - h) Capacidad administrativa.

Con base en la información a que se refiere esta fracción y a lo que señala el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes calificará el interés social para fines de selección de la solicitud, en su caso.

**II.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes procederá al estudio de las solicitudes recibidas en el lugar y dentro del plazo establecido;

**III.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes solicitará a la Secretaría de Gobernación la opinión a que se refiere la fracción III del artículo 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;

**IV.** Para seleccionar la solicitud que continuará el trámite concesionario, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes realizará un estudio comparativo entre las solicitudes recibidas que hubieren cubierto los requisitos exigidos, a fin de evaluarlas y seleccionar la que, a su juicio, mejor satisfaga el interés social;

**V.** En el acuerdo de susceptibilidad de explotación comercial a que se refiere el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará el plazo dentro del cual deberá llevarse a cabo la publicación, a costa del interesado, prevista en el primer párrafo del artículo 19 del mismo ordenamiento legal;

**VI.** El establecimiento de requisitos técnicos, administrativos y legales para el otorgamiento de la concesión a que se refieren los párrafos segundo y tercero del artículo 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, será potestativo para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; se fijará por única ocasión y se notificará al interesado en un plazo máximo de quince días a partir de que concluya el término para presentar objeciones al acuerdo de selección, y

**VII.** Cuando a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes las solicitudes presentadas no aseguren las mejores condiciones para la prestación de los servicios de radiodifusión, ésta dictará acuerdo en el que se resuelva la terminación del procedimiento administrativo concesionario por esa causa.

**Artículo 12.-** Los permisos a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión se otorgarán conforme al siguiente procedimiento:

**I.** Los solicitantes deberán presentar, cuando menos, la información a que se refieren los incisos a), b), c), d), e), f) y h) de la fracción I, del artículo anterior;

**II.** Recibida la solicitud, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes procederá al análisis y evaluación respectiva, y

**III.** Analizados los requisitos y considerando el interés social, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes resolverá lo conducente, previa opinión de la Secretaría de Gobernación.

**Artículo 13.-** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de conformidad al ámbito de su competencia, evaluará el cumplimiento de las obligaciones contenidas en los títulos de concesión.

Para el refrendo de las concesiones, en términos del artículo 16 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se observará lo siguiente:

**I.** Que el concesionario haya hecho un buen uso del espectro radioeléctrico asociado al o los canales concesionados, para lo cual la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tomará en cuenta el resultado de las evaluaciones periódicas de carácter técnico, previamente realizadas, conforme lo establezca el título de concesión, así como la opinión de la Secretaría de Gobernación, en el ámbito de su competencia, y

**II.** Que el concesionario haya cumplido con las obligaciones establecidas en su título de concesión.

El concesionario deberá solicitar, por escrito, el refrendo de la concesión a más tardar un año antes de su terminación.

#### **TÍTULO CUARTO**

##### **Del Registro de Radio y Televisión**

**Artículo 14.-** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes llevará el Registro de Radio y Televisión, en el que se inscribirá la siguiente información de concesionarios y permisionarios:

**I.** Los títulos de concesión y los permisos, así como sus titulares y las modificaciones de carácter legal o técnico de las concesiones o permisos;

**II.** Las sanciones que imponga, en el ámbito de su competencia, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que hubieren quedado firmes;

**III.** Información sobre la transición tecnológica de la radio y televisión, y

**IV.** Los datos estadísticos de la radio y televisión.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes mantendrá actualizado el Registro.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes tomará las medidas necesarias para que la información contenida en el Registro pueda ser consultada por medios electrónicos a distancia.

La información contenida en el Registro podrá ser consultada por el público en general, salvo aquella que, por sus propias características, se considere legalmente con carácter confidencial.

## **TÍTULO QUINTO**

### **De la programación**

#### **Capítulo I**

##### **Del tiempo del Estado**

**Artículo 15.-** Es obligación de las estaciones de radio y televisión incluir gratuitamente en su programación diaria, treinta minutos, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

La forma en que podrán dividirse esos treinta minutos será la siguiente:

**I.** Hasta 10 minutos en formatos o segmentos de no menos de 20 segundos cada uno, y

**II.** Veinte minutos en bloques no menores de 5 minutos cada uno.

El tiempo del Estado podrá ser utilizado de manera continua para programas de hasta treinta minutos de duración.

**Artículo 16.-** Los horarios de transmisión de materiales con cargo al tiempo del Estado a que se refiere el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se fijarán de común acuerdo con los concesionarios y permisionarios con base en las propuestas que formule la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

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

**Artículo 17.-** En el ámbito electoral, para el uso y duración de los tiempos del Estado se observará lo previsto al efecto en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

## **Capítulo II**

### **De los programas transmitidos directamente desde el extranjero**

**Artículo 18.-** Las solicitudes para la transmisión directa de programas originados en el extranjero a que se refiere el Artículo 65 de la Ley Federal de Radio y Televisión, serán presentadas ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía precisamente por las empresas concesionarias o permisionarias que pretendan efectuar dicha transmisión, cuando menos cinco días antes del evento, salvo en el caso de que la naturaleza o las circunstancias no lo permitan, debiendo observarse las siguientes reglas:

**I.** Con la solicitud, deberán adjuntarse los documentos que comprueben los derechos de la transmisión del programa, otorgados por el gobierno extranjero o el organismo internacional, patrocinadores, el organizador o empresario privado o, en caso de que el evento o acontecimiento no tenga - por naturaleza- un organizador responsable, la estación de radio o de televisión que origine la transmisión;

**II.** Si dichos documentos no hubiesen sido otorgados en México, se presentarán legalizados, y

**III.** En caso de que los documentos estén redactados en idioma diferente al español, se presentarán traducidos bajo protesta de decir verdad del concesionario o permisionario.

Con el propósito de contribuir a la simplificación administrativa, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía podrá emitir autorizaciones genéricas o por tiempo determinado.

## **Capítulo III**

### **De los concursos y sorteos**

**Artículo 19.-** Los programas de concursos, de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, sólo podrán llevarse a cabo con autorización y supervisión de la Secretaría de Gobernación, con la intervención, en su caso, del supervisor que dicha dependencia designe.

**Artículo 20.-** Para obtener autorización para la transmisión de programas de concurso a que se refiere el artículo anterior, deberá presentarse a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía una solicitud por escrito por lo menos cinco días hábiles antes de la fecha de iniciación del programa, la que contendrá lo siguiente:

**I.** Nombre y duración;

**II.** Contenido y forma de realización;

**III.** Monto de los premios y fianza que los garantice, expedida por institución legalmente autorizada, y

**IV.** Lugar de transmisión.

**Artículo 21.-** La Secretaría de Gobernación autorizará los programas de concurso siempre y cuando se destinen a premiar la habilidad, el talento o los conocimientos de los participantes, no sean lesivos para su dignidad personal ni su integridad física y procuren la elevación de sus niveles culturales.

**Artículo 22.-** En la propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, se hará mención de la autorización expedida por la Secretaría de Gobernación.

#### **Capítulo IV**

##### **De las transmisiones en otros idiomas**

**Artículo 23.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía autorizará transmisiones en idiomas diferentes al español, tomando en consideración lo siguiente:

**I.** Las características de la transmisión;

**II.** La duración de la transmisión, y

**III.** Los demás requisitos que establece la ley de la materia.

#### **Capítulo V**

##### **De la autorización y clasificación de programas**

**Artículo 24.-** Para los efectos de los artículos 59 bis, párrafo último, y 72 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía clasificará las películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados de la siguiente manera:

**I.** “A”: aptos para todo público, los cuales podrán transmitirse en cualquier horario;

**II. “B”:** aptos para adolescentes y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veinte horas;

**III. “B-15”:** aptos para adolescentes mayores de 15 años y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintiuna horas;

**IV. “C”:** aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintidós horas, y

**V. “D”:** aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse entre las cero y las cinco horas.

La Secretaría de Gobernación, previa opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión, emitirá los criterios generales de clasificación. Estos criterios deberán ser publicados en el **Diario Oficial de la Federación** y serán aplicados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía para la clasificación de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora e 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 a que va dirigida, su temática u otras razones similares.

**Artículo 25.-** Los concesionarios o permisionarios que transmitan películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados, podrán someter al examen de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, los argumentos y adaptaciones en que proyectan basar su producción. En este caso, se otorgará autorización provisional, que será confirmada si el material se ajusta a la adaptación o argumento examinado, se hayan atendido, de haberlas, las indicaciones dadas, y no violen en su realización la Ley de la materia ni las disposiciones de este Reglamento.

**Artículo 26.-** Los concesionarios y permisionarios anunciarán las clasificaciones que correspondan en los términos del artículo 24 de este Reglamento, al iniciarse la exhibición del programa y a la mitad del mismo, utilizando algún mecanismo técnico de sobreimpresión que no afecte la imagen. El anuncio deberá tener una duración mínima de treinta segundos.



## **Capítulo VI**

### **De los materiales grabados**

**Artículo 27.-** La solicitud de clasificación a que se refiere el artículo 9o. de este Reglamento, deberá presentarse por lo menos ocho días antes de la transmisión, venir acompañada de una copia íntegra del material y proporcionar la siguiente información:

- I.** Título de la película, serie filmada, telenovela o teleteatro grabados;
- II.** Nombre del concesionario o denominación de la sociedad o, en su caso, nombre de la permisionaria;
- III.** Una relación que contenga los nombres del productor, autor del argumento, adaptador, director y principales actores, y
- IV.** Número de rollos o metraje en que esté contenido el material.

**Artículo 28.-** Las autorizaciones para la transmisión por televisión de materiales grabados procedentes del extranjero, se otorgarán, en su caso, de acuerdo con las siguientes reglas:

- I.** Deberán ajustarse en todo a las disposiciones de la Ley de la materia y de este Reglamento;
- II.** No atentarán contra los valores nacionales ni contra los símbolos patrios, y
- III.** Siempre y cuando no existan razones de reciprocidad o de interés público que lo impidan.

**Artículo 29.-** Se considerarán como nacionales los materiales grabados que se hayan producido en México, así como los producidos o coproducidos en el extranjero por personas físicas o morales de nacionalidad mexicana.

**Artículo 30.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía podrá clasificar una película, una serie filmada, una telenovela o un teleteatro grabado fuera del término que se fija en el artículo 27 de este Reglamento o de las horas hábiles, así como fuera de las oficinas de la Dirección General.

**Artículo 31.-** Para los efectos del artículo 73 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se considerará programación viva la primera transmisión en cada estación, de aquellos programas que se hagan de películas o videocintas que se filmen o se graben en territorio nacional, así como los

programas que se realicen en sus instalaciones o fuera de ellas, que estén sucediendo en el momento de la transmisión.

**Artículo 32.-** La duración de los programas vivos que para el caso se señale por la Secretaría de Gobernación a las estaciones emisoras, en los términos del artículo 73 de la Ley Federal de Radio y Televisión, no podrá ser inferior al cinco por ciento en las estaciones de radio y televisión, del tiempo total de la programación diaria de cada estación.

**Artículo 33.-** Quedan incluidos dentro del porcentaje a que se refiere el artículo que antecede los noticieros, programas literarios y de concurso, conferencias y controles remotos de espectáculos deportivos, culturales y de actos sociales y cívicos.

**Artículo 34.-** 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 y actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad;

**V.** La emisión de textos de anuncios o propaganda comercial que, requiriendo la previa autorización oficial, no cuente 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.

**Artículo 35.-** 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; y

**III.** Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.

**Artículo 36.-** Se considera que se corrompe el lenguaje cuando las palabras utilizadas por origen o por su uso sean consideradas como procaces.

**Artículo 37.-** Se consideran contrarias a las buenas costumbres:

**I.** El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos, y

**II.** La justificación de las relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo.

**Artículo 38.-** Toda persona, física o moral, podrá ejercitar el derecho de réplica cuando un material que sea difundido en cualquier programa de una estación de radio o televisión no cite la fuente de la cual extrajo la información y considere que los hechos que la aluden son falsos e injuriosos.

Para hacer valer este derecho, el interesado presentará, por escrito y dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la transmisión, la solicitud de aclaración pertinente ante la estación de radio o televisión correspondiente, la cual evaluará su procedencia, a efecto de hacer la aclaración.

En caso que la estación de radiodifusión estime que la aclaración solicitada es improcedente, el interesado tendrá a salvo sus derechos para recurrir a las vías jurisdiccionales correspondientes.

De obtener el interesado resolución firme y favorable de la autoridad jurisdiccional, el concesionario o permisionario de radio o televisión transmitirá la aclaración correspondiente en los términos de la resolución.

El derecho de réplica podrá ser ejercido por el perjudicado aludido y, a falta de éste, por sus parientes en línea ascendente o descendente en primer grado.

En caso de que la estación de radiodifusión cite la fuente de la cual extrajo la información, y ésta haga la aclaración correspondiente, el aludido podrá ejercitar ante el concesionario o permisionario de radio o televisión el derecho consagrado en este artículo.

## **TÍTULO SEXTO**

### **De la propaganda comercial**

**Artículo 39.-** La propaganda comercial que se transmita por estaciones de radio o televisión, deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación.

**Artículo 40.-** El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece en los siguientes términos:

**I.** En estaciones de televisión, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión de cada estación, y

**II.** En estaciones de radio, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión.

La duración de la propaganda comercial no incluye los promocionales propios de la estación ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado y otros a disposición del Poder Ejecutivo.

**Artículo 41.-** Los comerciales filmados o aprobados para la televisión, nacionales o extranjeros, deberán ser aptos para todo público.

**Artículo 42.-** La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:

**I.** Abstenerse de toda exageración;

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

**III.** Hacerse a partir de las veintidós horas, de acuerdo con la fracción III del artículo 24 de este Reglamento.

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

**Artículo 43.-** No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para todo público.

**Artículo 44.-** Queda prohibida toda publicidad referente a:

I. Cantinas, y

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

**Artículo 45.-** Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares.

**Artículo 46.-** Las estaciones de radio y televisión concesionadas podrán transmitir, de las 00:00 y hasta las 05:59 horas, programación de oferta de productos. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión de dichos programas en un horario distinto.

Los tiempos del Estado a que se refiere la fracción II del artículo 15 de este Reglamento no se podrán transmitir en los programas destinados a la oferta de productos.

## **TÍTULO SÉPTIMO**

### **Del Consejo Nacional de Radio y Televisión**

**Artículo 47.-** El Consejo Nacional de Radio y Televisión contará, de manera permanente, con un secretario técnico, que será el Director General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

El Consejo integrará como invitado permanente con voz, pero sin voto, a un representante de la sociedad civil organizada, así como a uno más de la industria de la radio y la televisión. Asimismo, podrá invitar de manera temporal, con voz pero sin voto, a representantes de sectores vinculados con la radio y la televisión. La designación de los invitados a participar en el Consejo Nacional de Radio y Televisión se realizará conforme a lo establecido en el manual de operación del propio Consejo.

Para la mejor atención de los asuntos de su competencia, el Consejo podrá contar con comités o grupos de trabajo, a los que podrá invitar a participar a personas, instituciones u organizaciones que no sean miembros del Consejo.

Los cargos del Consejo serán honorarios.

**Artículo 48.-** El Consejo celebrará sus sesiones y tomará sus acuerdos conforme a lo que establezca su manual de operación. Para cumplir con sus funciones, contará con el personal administrativo y técnico que sea necesario.

Tanto el manual de operación como sus modificaciones, deberán publicarse en el **Diario Oficial de la Federación**.

**Artículo 49.-** Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá, entre otras, las atribuciones siguientes:

**I.** Fungir como órgano de consulta del Ejecutivo Federal sobre el servicio que presta la radio y la televisión a la sociedad;

**II.** Recomendar medidas que estime convenientes para el buen funcionamiento de las estaciones de radio y televisión;

**III.** Realizar los estudios, investigaciones y análisis que considere necesarios sobre los contenidos programáticos de la radio y la televisión;

**IV.** Proponer medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de las disposiciones de la Ley de la materia;

**V.** Organizar festivales o concursos sobre los diferentes géneros de programas y de comerciales publicitarios para la radio y televisión;

**VI.** Promover la autorregulación en materia de contenidos, con el propósito de lograr una programación de claridad y responsabilidad dentro de los parámetros legales;

**VII.** Coordinarse con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, en lo relativo a la transmisión de los tiempos del Estado;

**VIII.** Emitir su manual de operación, y

**IX.** Las demás que establezcan la Ley Federal de Radio y Televisión y este Reglamento.

**Artículo 50.-** Para los efectos de la fracción IV del artículo 91 de la Ley Federal de Radio y Televisión, los concesionarios podrán organizar concursos sobre adaptaciones de obras nacionales y extranjeras, históricas y de ficción, para la realización de telenovelas y sobre programas informativos, cómicos, infantiles, culturales, artísticos, deportivos, comerciales publicitarios, de interés social y cualesquiera otros que por su destacada significación lo merezcan.

## **TÍTULO OCTAVO**

### **De las sanciones**

**Artículo 51.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación impondrá las sanciones correspondientes por las violaciones a las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y de este Reglamento.

**Artículo 52.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía hará las observaciones o extrañamientos que procedan, de conformidad con lo que dispone el artículo 97 de la Ley Federal de Radio y Televisión. En caso de que no sean atendidos, se impondrán las sanciones correspondientes en los términos de dicha Ley.

**Artículo 53.-** La imposición de sanciones administrativas se ajustará a lo dispuesto por el artículo 105 de la Ley Federal de Radio y Televisión y, supletoriamente, por la Ley Federal de Procedimiento Administrativo y demás disposiciones aplicables.

**Artículo 54.-** Los afectados por las sanciones dictadas por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía conforme a este título, podrán interponer el recurso de revisión dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha de su notificación, el cual se resolverá en los términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

## **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.-** El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

**SEGUNDO.-** Se abroga 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, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 4 de abril de 1973.

**TERCERO.-** Se abroga el Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 30 de Noviembre de 1986.

**CUARTO.-** El Consejo Nacional de Radio y Televisión se integrará en un plazo no mayor de treinta días naturales contados a partir del inicio de vigencia del presente Reglamento; expedirá su manual de operación a más tardar sesenta días después de instalado y emitirá su opinión respecto de los criterios de clasificación en un plazo que no excederá de 180 días a partir de su instalación.

**QUINTO.-** En tanto la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación no emita los criterios de clasificación de programas a que se refiere el artículo 24 de este Reglamento, dicha unidad administrativa continuará clasificando las películas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados aplicando los criterios vigentes antes de la entrada en vigor del presente Reglamento.

**SEXTO.-** Las concesiones que venzan antes del 1 de enero de 2004, podrán solicitar el refrendo de concesión en plazos menores a los señalados en el presente Reglamento.

**SÉPTIMO.-** El Registro a que se refiere el presente Reglamento se hará público en los términos de los artículos 7o. y segundo transitorio de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

**OCTAVO.-** Los procedimientos concesionarios que se encuentren en trámite se continuarán conforme al procedimiento vigente durante su iniciación.

**NOVENO.-** En caso de que al inicio de la vigencia de este Reglamento, alguna concesionaria de radio o televisión venga transmitiendo programas de oferta de productos en horarios distintos al comprendido entre las 00:00 y las 5:59 horas, podrán continuar haciéndolo en los mismos horarios. En cualquier otro caso, se requerirá de la autorización a que se refiere el párrafo primero del artículo 46 del presente ordenamiento.

*Dado en la residencia oficial del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los diez días del mes de octubre de dos mil dos.-*  
**Vicente Fox Quesada.-** Rúbrica.- *El Secretario de Gobernación, **Santiago Creel Miranda.-** Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes, **Pedro Cerisola y Weber.-** Rúbrica.- El Secretario de Educación Pública, **Reyes Silvestre Tamez Guerra.-** Rúbrica.*



### **ANEXO 3**

## **Discurso de Joaquín Vargas Guajardo, presidente de la CIRT en la instalación el Consejo de Autorregulación, México 6 de Marzo de 2001**

“Señor Licenciado Vicente Fox Quesada

Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.

Señores Secretarios, compañeros miembros de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

Distinguidos señores ex presidentes de esta Cámara,

muy respetables amigos integrantes del Consejo de Autorregulación.

Señoras y señores radioescuchas y televidentes de la República Mexicana:

A lo largo de los últimos años, nuestro país ha experimentado un profundo proceso de cambio en todos los ámbitos de la vida nacional. En forma gradual, pero con determinación y eficacia, hemos sido capaces de emprender y lograr grandes transformaciones, que hoy nos permiten responder de mejor manera a las exigencias de nuestro tiempo: podemos coincidir, en que si un signo ha caracterizado a este proceso de cambio, este ha sido, sin lugar a dudas, el de la apertura.

Los mexicanos nos hemos abierto al mundo en el intercambio comercial, tecnológico y cultural. Nos hemos abierto a la pluralidad y al desarrollo de la vida democrática. A la creciente y cada vez más crítica y responsable participación de la sociedad en los asuntos públicos.

Y nos hemos abierto, también, a la expresión libre de las ideas, y al debate político e ideológico entre las distintas corrientes de pensamiento. El cambio ha significado conquista de mayores libertades y el surgimiento de

nuevos horizontes. Hoy la sociedad mexicana, es dueña de su presente y tiene en sus manos la construcción de su promisorio futuro.

La vieja relación desigual, entre un Estado grande y una sociedad pequeña, entre un Estado dominante y una sociedad pasiva, ha quedado, para bien de muchos, ya en el pasado. En el entorno democrático de nuestro tiempo, la fuerza del Estado descansa en la fuerza de la sociedad; en el respeto invariable a los derechos y las libertades del ser humano.

Las libertades conquistadas nos imponen mayores responsabilidades, ya que una sociedad libre, debe ser necesariamente una sociedad responsable. Ahí reside la esencia del cambio que estamos construyendo. La clave es mantener equilibrio entre la libertad, la responsabilidad y autonomía. Este compromiso que nos atañe a todos, ya no es más un asunto exclusivo del Estado; este dejó de ser la exigencia para un solo partido. Ahora, constituye un reto que compartimos la sociedad, los empresarios de los medios de comunicación, los partidos políticos y los gobiernos.

Los medios de comunicación hemos sido parte activa en el proceso de cambio que ha vivido nuestro país. Con el firme compromiso de servir a la sociedad y a las mejores causas de México, hemos sido el conducto para transmitir a la sociedad, la información sobre el quehacer público y para la libre expresión de las ideas.

Y hemos sido, a la vez, generadores de entretenimiento, buen humor y diversión.

Todo lo que somos y hacemos, todo lo que seguiremos siendo y haciendo, tiene en la libertad de expresión su fundamento. De la libertad de expresión deriva nuestra esencia; en la libertad de expresión se sostiene nuestro trabajo y por la libertad de expresión podemos servir a la sociedad.

Su defensa y fortalecimiento, son por ello, el principio en torno al cual, todos y cada uno de los miembros de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, somos una sola voz, un cuerpo indivisible.

El dos de julio marcó el inicio de una nueva etapa en la historia de nuestro país. El proceso electoral del año pasado, no sólo hizo posible el despliegue de la pluralidad política y la alternancia, sino que también abrió una oportunidad inmejorable : para multiplicar y cristalizar el enorme potencial productivo y creativo de los mexicanos.

El dos de julio significó, la culminación de la primera parte del trayecto del cambio; pero el cambio debe continuar y consolidarse, no sólo en el ámbito de la política, sino en todos los ámbitos de la vida nacional.

Los Industriales de la Radio y Televisión, reiteramos hoy que nuestro único compromiso, es con la sociedad a la que servimos y comunicamos. Y de cara a ella deseamos fijar nuestra posición, respecto a 2 temas de mayor relevancia: El primero, se refiere a la necesidad impostergable, de iniciar un proceso de reformas al marco normativo de nuestra industria, a fin de sintonizar las disposiciones legales que nos rigen, con las exigencias de la nueva realidad nacional e internacional. Es evidente que la Ley Federal de Radio y Televisión, expedida hace ya más de cuatro décadas, ha sido rebasada por los cambios que ha experimentado el país y por la revolución tecnológica de los últimos años. Su revisión y actualización son, en efecto, una necesidad que no sólo asumimos sino que deseamos impulsar con entusiasmo y responsabilidad. En este sentido, queremos hacer patente nuestra inmediata y más amplia disposición al diálogo con los legisladores federales; y hacemos público reconocimiento a la política de consensos, que el gobierno federal ha adoptado.

Estamos convencidos que las reformas que se realicen bajo esta lógica dotarán de plena transparencia y seguridad jurídica al nuevo régimen de concesiones de radio y televisión. Nuestra disposición y nuestro compromiso con la necesidad de impulsar las reformas, lo reitero, es plena e inmediata.

El segundo tema, se refiere al acto que hoy nos reúne: la creación e instalación del Consejo de Autorregulación de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Se trata, de una iniciativa, que refleja el sentir social y expresa la libre voluntad de todos y cada uno de los miembros de esta Cámara, por cumplir cada día, de mejor manera con nuestra compromiso de servicio a la sociedad y al país.

El objetivo de este Consejo, es promover el reconocimiento y la observancia de una serie de principios éticos y cívicos, orientados a ofrecer mayor calidad en los contenidos de los programas que se transmiten por la radio y la televisión, de tal modo que, sin menoscabo de la libertad de expresión y la diversidad que nos caracteriza, podamos contribuir de mejor manera a la divulgación y aprecio de los valores éticos y cívicos de la sociedad mexicana.

Por ello, es muy importante enfatizar que no se trata, bajo ninguna circunstancia, de restringir libertades o imponer una moral a los afiliados a esta Cámara y a la audiencia. Se trata, de promover una programación de calidad que no denigre al ser humano, ni atente contra su dignidad, sus libertades y su vida privada. El fin es promover lo mejor de nuestra cultura y nuestra sociedad, a partir del reconocimiento de su diversidad.

Si en los regímenes autoritarios, la censura sobre los medios de comunicación, es la reacción del poder frente a la libertad de expresión, en un régimen de libertades como el que hoy disfrutamos, la autorregulación,

es la respuesta, para garantizar, insisto, el equilibrio entre la libertad, la autonomía y la responsabilidad.

Este esfuerzo no pretende sustituir a la regulación que, por ley, le corresponde a las autoridades; es, por el contrario, un esfuerzo complementario. Y en consecuencia tiene como fin construir una regulación ética y cívica, ahí donde la ley no regula. Por ello, su fundación no sería posible si no contara con el respaldo y el compromiso, que todos los miembros de esta Cámara hemos asumido. Como presidente del Consejo Directivo, quiero hacer un reconocimiento a la dos principales televisoras del país y, desde luego, a todos y cada uno de los radiodifusores afiliados a esta Cámara, pues su apoyo y compromiso para la creación del Consejo de Autorregulación ha sido fundamental.

Asimismo, deseo agradecer la participación y apoyo de las organizaciones que aceptaron formar parte de este Consejo:

- Asociación a Favor de lo Mejor.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
- Consejo Coordinador Empresarial.
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria
- Consejo Nacional de la Publicidad.

Con la instalación de este Consejo de Autorregulación, se da inicio a un proceso que deberá irse enriqueciendo y perfeccionando con la experiencia y las aportaciones de todos sus miembros. Como en todas las instituciones de nueva creación, sólo la práctica podrá mostrar sus insuficiencias. Estoy seguro, que la convicción de los miembros de la Cámara por avanzar en este camino, constituye la mejor garantía para su consolidación.

Esta iniciativa, no excluye ni limita en modo alguno los esfuerzos que cada miembro de la Cámara realice en forma independiente, con los mismos propósitos o con fines similares. Por el contrario, debe constituir un estímulo para que cada medio de comunicación, conforme a sus propios criterios y siempre en el marco de la libertad de expresión, siga alentando la apertura de sus contenidos a la crítica y a la participación activa de su audiencia.

Señor Presidente Vicente Fox:

Antes de dar paso a la instalación formal del Consejo de Autorregulación de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, quiero reiterarle en nombre de todos sus miembros, nuestro compromiso de servicio con México y nuestra convicción de continuar ejerciendo nuestras libertades con responsabilidad.

Muchas Gracias

## **ANEXO 4**

# **LOS 15 PUNTOS QUE EL CONGRESO BUSCA CAMBIAR A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN**

### **1.-ÓRGANO REGULADOR AUTÓNOMO Y PLURAL**

Creación de un Consejo Nacional de Radio y Televisión, desconcentrado de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Con autonomía técnica, operativa, de gasto y de gestión. Integrado por consejeros independientes, designados por el Presidente de la República y ratificados por el Senado. Vigilaría de forma transparente e imparcial el cumplimiento de la Ley, realizaría labores de arbitraje y aseguraría que los prestadores de servicio cumplan su función social. Definiría un plan anual de desarrollo del servicio de la radio y la televisión. Impondría sanciones. Vigilaría el cumplimiento del derecho de réplica, supervisaría los contenidos de la programación y administraría el espectro radioeléctrico: es decir, otorgaría, renovarían modificarían o revocarían concesiones, permisos y asignaciones directas.

### **2.- REGLAS DE LA COMPETENCIA**

Se prevén normas específicas que garanticen condiciones de competencia y pluralidad. El titular de la concesión o permiso que cuente con más de 35 por ciento de las frecuencias operando en una misma plaza, no podrá obtener una más; se busca a un tercer competidor. Las reglas de la competencia se extienden a la televisión al incorporar la participación de la Comisión Federal de Competencia como medida precautoria para evitar concentración que derive en prácticas monopólicas.

### **3.-CAMPAÑAS POLÍTICAS EQUITATIVAS**

La radio y la televisión sólo podrán transmitir la propaganda que sea contratada por los órganos electorales. El fin: garantizar que los prestadores de servicio participen en la disputa política, favoreciendo con tiempos o tarifas a candidatos específicos.

### **4.- DEROGAR “EL IMPUESTO EN ESPECIE”**

Se propone derogar los tiempos fiscales y aumentar de 30 a 60 minutos diarios el llamado tiempo del Estado. La distribución del tiempo sería entre

los tres poderes de la Unión, los órganos autónomos, los partidos políticos, y los estados y municipios en sus medios locales

## **5.- CERO VIGILANCIA DE GOBERNACIÓN**

Gobernación deberá separarse de la vigilancia de los programas, pues de esa forma se despolitizaría la regulación de los contenidos. Ello, dicen, garantizaría la libertad de expresión

## **6.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

Eliminar todo tipo de revisión de los contenidos de manera previa a su transmisión

## **7.- DERECHO DE RÉPLICA**

Toda persona que se considere afectada por informaciones inexactas o agraviantes tendrá derecho a efectuar en el mismo medio su rectificación de forma gratuita

## **8.-REDUCCIÓN DE LA VIGENCIA DE CONCESIONES**

Se reduce de 30 a 15 años el periodo de vigencia de las concesiones, los permisos, las concesiones y las asignaciones directas. El refrendo podrá hacerse por un plazo similar

## **9.-LAS CONCESIONES Y SU LICITACIÓN PÚBLICA**

Las concesiones se otorgarán por licitación pública y se tomarán en cuenta diversos criterios programáticos y sociales y no sólo por el aspecto económico

## **10.-LOS PERMISOS**

Se busca ampliar los permisos y fortalecer la radiodifusión cultural, social y educativa. Además de que puedan ser operados por instituciones y asociaciones cuya finalidad no sea el lucro.

## **11.-LA ASIGNACIÓN DIRECTA**

Asignación directa es una figura nueva y se crea para ordenar todas las estaciones de radio y televisión que operan los gobierno federal y estatal bajo una misma situación jurídica, con las mismas condiciones de operación, fine, derechos y obligaciones.



## **12.- REGISTRO PÚBLICO**

Se crea el Registro Público de Radio y Televisión, bajo la administración del Consejo, donde estaría toda la información pública de cada concesionario o permisionario.

## **13. LÍMITES PARA LA PUBLICIDAD**

Se establece un límite de 20 por ciento para concesionarios de televisión y 40 para los de radio.

## **14.- INCENTIVAR LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOFÓNICA NACIONAL**

Se propone la creación de un Fondo Nacional para el Apoyo a la Producción de Radio y Televisión Independiente, que operaría con aportaciones federales, personas físicas y morales.

## **15.- ESPACIO PARA LA DÍCAPACIDAD AUDITIVA**

Para satisfacer las necesidades de aquellos con discapacidad auditiva, los concesionarios deberán incluir en sus programas el subtitulaje y la introducción del lenguaje de señas.

## FUENTES

### BIBLIOGRAFÍA:

- ◆ Aznar, Hugo. Ética y Periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de Autorregulación. Barcelona, España. Paidós, 1999. 350 pp.
- ◆ Aznar, Hugo y Villanueva Ernesto. Deontología y Autorregulación México, Fundación Manuel Buendía, Universidad Iberoamericana, UNESCO. 258 pp.
- ◆ B. De Celis Jacqueline. Los grupos de presión en las democracias contemporáneas. Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos. Madrid, España Tecnos 1963. 220 pp.
- ◆ Bel Mallen , J. I.: "Autocontrol". En BENITO, A. (dir.): Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, Ediciones Paulinas, 1991.
- ◆ Castells, Manuel. La era de la información. Economía, sociedad y Cultura. El poder y la identidad. Volumen II. México, Siglo XXI Editores 495 pp.
- ◆ Cremoux, Raúl. La legislación mexicana en la radio y la televisión mexicana. México, UAM, 1989 191 pp.
- ◆ Dobb, Maurice. La economía política y el capitalismo México, FCE 1975. 252 pp.
- ◆ Derieux, Emanuel Cuestiones Ético-Jurídicas de la información. Eunsa Pamplona 1983
- ◆ Dieterich Steffan Heinz. Nueva guía para la Investigación científica. México, Ariel, 1998. 236 pp.
- ◆ Fernández Christlieb Fátima. Los Medios de difusión masiva en México. México, Juan Pablos. Editor 370 pp.
- ◆ González Reyna Susana. Manual de redacción e Investigación Documental. México, Editorial Trillas 204 pp.
- ◆ Granados Chapa Miguel Angel. Comunicación y Política. México, Fundación Manuel Buendía y Océano, 1986.

- ◆ Granados Chapa Miguel Angel. Examen de la Comunicación en México. México. Editorial El Caballito.
- ◆ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano. Volumen I (1920-1960). México, Fundación Manuel Buendía. México.
- ◆ Mejía Prieto Jorge. Historia de la Radio y la Televisión en México. México. Octavio Colmenares Editor, 1972. 322 pp.
- ◆ Orozco Gómez Manuel. El marco jurídico de los medios electrónicos. México. Porrúa 2001.
- ◆ Ramonet, Ignacio. La tiranía de la Comunicación. España. Editorial Debate, 1998 222 pp.
- ◆ Rojas Soriano Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México, Plaza y Valdés. 14ava edición 1994 286 pp.
- ◆ Sánchez de Armas Miguel Angel. Apuntes para una historia de la radio y la Televisión mexicana. Revista Mexicana de Comunicación. Fundación Manuel Buendía y Televisa. 1997.
- ◆ Solís Lereee Beatriz. Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado mexicano. México. Edición Minerva Cruz Jiménez. 2000.
- ◆ Taufic, Camilo. Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político. Argentina. Editorial Nueva Imagen 1979. 215 pp.
- ◆ Villanueva Ernesto. Ensayo de Ética y Autorregulación Autores varios. Legislación en Comunicación México, 1999 LVII Legislatura Cámara de Diputados.
- ◆ Villanueva Ernesto. Códigos Europeos de Ética Periodística. Un análisis Comparativo. México UIA y Fundación Manuel Buendía 1996 178 pp.
- ◆ Villanueva Ernesto (coordinador). Derecho y ética de la información. México, Media Comunicación. 1995 283 pp.
- ◆ Villanueva Ernesto. El sistema jurídico de los medios de comunicación en México. México UAM 1995 172 pp.

## **CIBERGRAFÍA:**

[www.cirt.org.mx](http://www.cirt.org.mx)

[www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17diazmercado.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17diazmercado.html)

[www.etcetera.com.mx/pag66ne6.asp](http://www.etcetera.com.mx/pag66ne6.asp)

[www.fundacionmanuelbuendia.org.mx](http://www.fundacionmanuelbuendia.org.mx)

[www.fip.org.es](http://www.fip.org.es)

[www.hyperlab.unam.mx](http://www.hyperlab.unam.mx)

[www.raultrejo.com.mx](http://www.raultrejo.com.mx)

[www.saladeprensa.org/art21333.html](http://www.saladeprensa.org/art21333.html)

[www.sct.gob.mx/marco/leyesdelsector/](http://www.sct.gob.mx/marco/leyesdelsector/)

[www.sct.gob.mx/marco/reglamentosdelsector/](http://www.sct.gob.mx/marco/reglamentosdelsector/)

[www.periodicozocalo.com](http://www.periodicozocalo.com)

[www.uv.es/~afd/CEFD/1/Aznar.html](http://www.uv.es/~afd/CEFD/1/Aznar.html)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/l/86/hugo.htm>

[http://www.geocities.com/politikaperu/los\\_gp.html](http://www.geocities.com/politikaperu/los_gp.html)

## **HEMEROGRAFÍA:**

Álvaro Delgado, Antonio Jáquez y Fernando Ortega. “La instalación del Consejo Nacional de Radio y TV aplazada indefinidamente” Revista Proceso México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. páginas 36, 37, 38, 39, 40 y 41. 25 febrero 2001, número 1269.

Ernesto Villanueva. “Consejo de autorregulación CIRT” Revista Proceso México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. página 57 febrero 2001, número 1269.

Alma Rosa Alva de la Selva “Entre la necesidad de un nuevo pacto político y la búsqueda de credibilidad. La televisión del 2001”. Revista Mexicana de Comunicación. Marzo- Abril 2002, Número 74. Fundación Manuel Buendía.

Reforma Anuario del año 2000. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación, 20 de diciembre del 2000 88 pp.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 7 de febrero del 2001 84pp. (sección 2A) Año 8, número 2613

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 9 de febrero del 2001 84pp. (sección 2A) Año 8, número 2615.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 10 de febrero del 2001 166pp. (sección 2A) Año 8, número 2615.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 10 de febrero del 2001 140pp. (sección 2A) Año 8, número 2616.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 11 de febrero del 2001 88pp. (sección 9A) Año 8, número 2617.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 16 de febrero del 2001 88pp. (suplemento primera fila p. 44) Año 8, número 2622.

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. Diario, México. Consorcio Interamericano de Comunicación 7 de marzo del 2001 88 p. (Sección A y 3 de negocios) p. Año 8, número 2641.

Editorial Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 2, enero 2000 año I número 0.

“Los medios de comunicación: entre la mediocridad, la apertura y la reforma”. Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 4, 5 de septiembre 2000 año I número 1.

Editorial Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. página 2, octubre 2000 año I, número 2.

“Prudencia,, recomiendan especialistas ante la convocatoria de la CIRT” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. pagina 5, octubre 2000 año I número 2.

“Los concesionarios, principales beneficiados en caso de revisar la Ley Federal de Radio y Televisión”. Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. pagina 8, octubre 2000 año I número 2

Editorial Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación S. A. de C.V. página 2, octubre 2000 año I número 3

“Los *talk shows* en la televisión mexicana” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. página 17, febrero 2001 año I, número 8.

“Anacrónica la ley federal de radio y televisión” Periódico Zócalo, México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 6 y 7 febrero 2001 año I, número 9.

Alma Rosa Alva de la Selva. “La CIRT da pasos firmes para imponer su propuesta de autorregulación en radio y televisión” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 8 y 9, febrero 2001, año I, número 9.

Marcela Carreño. “Especialistas rechazan la propuesta de autoevaluación de la CIRT” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 14, febrero 2001 año I, número 9.

Beatriz Solís Lerée. “Los concesionarios rechazan al Consejo Nacional de Radio y TV pero, con la bendición de Fox, crean uno propio” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 9, marzo 2001 año I, número 11.

Fernando Mejía Barquera. “Ética y autorregulación, viejos e incumplidos compromisos de los concesionarios” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 10 y 11, marzo 2001, año I número 11.

Ernesto Villanueva. “El consejo de autorregulación, propuesta viable para atender problemas de fondo: Ernesto Villanueva” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. página 12, marzo 2001, año I, número 11.

Claudia Segura de Olvera. “Prematuro opinar sobre la operatividad del Consejo de Autorregulación: Vargas Guajardo” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 146, marzo 2001, año I, número 11.

Marcela Carreño. “El Estado ha renunciado a su papel de rector de los medios: Esteinou” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 15, marzo 2001 año I, número 11.

Fernando Mejía Barquera. “Reforma o revisión” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 4, abril 2001 año I número 13.

“Se revisará la ley; la reforma corresponde al Congreso: Durán Reveles” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 3, mayo 2002 año I, número 14.

Rubén Rivero. “En 2001, los medios a debate” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 12, junio 2001 año II, número 16.

“Con Fox escasos avances y contradicciones en materia de medios” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S. A. de C.V. páginas 4 y 5, julio 2001 año I, número 17.

Beatriz Solís Leree. “Para que una reforma del marco jurídico” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 6, julio 2001, año I, número 17.

Irma Ávila Pietrasanta. “Especialistas y organizaciones continúan análisis sobre las reformas de los medios” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 20, julio 2001, año I, número 17.

Ricardo Martínez. “Bloquean concesionarios participación civil en medios: Luis Alberto Bassols” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 7, septiembre 2001, año II, número 19.

Claudia Segura. “En puerta la revisión de la Ley Federal de Radio y Televisión” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación S.A. de C.V. página 8, septiembre 2001, año II, número 19.

“Consenso sobre la necesidad de cambiar la ley de medios” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 26 y 27, octubre 2001, año II, número 20.

“Avanzan acuerdos en materia de medios de comunicación” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 17, noviembre 2001, año II, número 21.

Luis Manuel Arellano. “Capital, moralidad y televisión” Periódico Zócalo. México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 6, marzo 2002 año II, número 25.

Carlos Padilla Ríos. “Condenar *a priori* no resuelve nada: Consejo de autorregulación Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 10, marzo 2002, año II, número 25.

Ricardo Nicasio Granados. “Ofensiva de grupos conservadores”. Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 10, marzo 2002, año II, número 25.

Javier Corral Jurado. “ ¿Y el Estado? “ Periódico Zócalo, México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 12, año II número 25

“Debate el Congreso reforma de medios” Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 4, año II, marzo 2002, número 28.

Editorial Periódico Zócalo México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. página 2, marzo 2003 año III, número 37.

Diario Oficial de la Federación. Jueves 10 de octubre de 2002. Páginas 12 a la 13. Secretaría de Gobernación.

Angelina Guerrero. “Presidirá Jorge Mendoza Garza a los industriales de radio y TV” Periódico El Universal México. El Universal, Compañía Periodística Nacional. Página A8, 12 de octubre de 2002, número 31,034.

Álvaro Delgado, Columba Vértiz, Miguel Ángel Granados Chapa y Ernesto Villanueva. “Rendición a escondida” Revista Proceso México. Proyectos alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. páginas 10-18. 13 de octubre de 2002, número 1364.

Arturo Zárate. “Reinstalan el Consejo de Radio y Televisión” Periódico El Universal México. El Universal Compañía Periodística Nacional. Página A14, 8 de noviembre de 2002, número 31,061.

Audiffred Miryam y Camacho Óscar. ¡Hay que cambiar la tele! La Revista El Universal Compañía Periodística Nacional. Páginas 14- 23. 15 de Noviembre de 2004.

## **FOROS Y CONFERENCIAS:**

- ◆ Foro “El Nuevo Reglamento de Radio y Televisión”, México, 2002. Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales 25 de octubre de 2002. AMIC-FCPyS



- ◆ V Conferencia Internacional “Los medios electrónicos en el marco de la reforma del Estado mexicano”. Ciudad de México, 27, 28 y 29 de mayo de 2002. Salón Verde, Palacio Legislativo de San Lázaro.
- ◆ La autorregulación: una alternativa en los contenidos de los medios de comunicación. Gabriel A. Corral Velázquez. XIV Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Tequisquiapan, Querétaro, México 24-26 de mayo de 2002.
- ◆ “¿Cambio o retroceso en la política del presidente Fox, en materia de medios de comunicación?”. María Esther Navarro Lara. Foro de Análisis. “Comunicación, Medio y Reforma del Estado en México” 13,15, 19 y 22 de noviembre, México, Distrito Federal.

#### **ENTREVISTAS:**

- ◆ Entrevistas realizadas el 7 de noviembre de 2003 con César Hernández Espejo, director general de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) en las instalaciones de la cámara; entrevista realizada con el secretario técnico en el Consejo de Autorregulación de la CIRT; además Eduardo Sánchez Hernández, ex coordinador de asesores de la CIRT, secretario en la actual administración de la CIRT y miembro del Consejo de Autorregulación el día 13 de noviembre de 2003 en las instalaciones del corporativo de MVS.