

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA COMO APOYO AL PROCESO EDUCATIVO  
INFANTIL, VISTA DESDE EL ÁMBITO JURÍDICO.  
EL CASO DE LA PROGRAMACIÓN DE SABADO Y DOMINGO DEL CANAL 7  
DE TV AZTECA Y CANAL 5 DE TELEVISIA (MAYO Y JUNIO DEL 2012)**

**T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PRESENTA**

**GEORGINA IVONNE MONROY SALINAS**

**ASESOR  
MTRO. JUAN JOSÉ SOLÍS DELGADO**

**México, D.F**

**2013**



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... por indicarme el camino.

A mi hijito, mi cachito lindo... por enseñarme que se puede amar a alguien más que a mí misma.

A mis padres... Por darme la vida, el carácter y las herramientas necesarias para enfrentarme a la vida.

A mis hermanos... Melis, Nena, Sonia, Migue, Beba, Javi compañeros de vida que me aman y me aceptan como soy.

A mi asesor y guía el Prof. Juan José Solís Delgado por su paciencia, dedicación y vasta sapiencia.

Y a todos los que de alguna u otra forma han sido parte de este sueño hecho realidad.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, mi Universidad, mi alma máter, siempre orgullosa de ti. Puma de corazón. Un goya por ti.

# INDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
--------------------------	----------

## **1.- EL CONCEPTO DE EDUCACIÓN DESDE DISTINTAS PERSPECTIVAS**

1.1 Educación en términos jurídicos (artículo tercero de la Constitución Política Mexicana).....	9
1.2 Educación en términos sociológicos.....	18
1.3 Educación en términos políticos.....	28
1.4 Educación en términos económicos.....	35
1.5 Educación en términos de la comunicación.....	46

## **2.- LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN MATERIA DE TELEVISIÓN**

2.1 ¿Para qué legislar?.....	53
2.2 Origen de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia educativa.....	59
2.3 Análisis de los artículos 5, 6, 9, 10, 11, 59, 63, 67 y 68 estipulados en la Ley Federal de Radio y Televisión.....	65
2.4 Análisis del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia educativa.....	81
2.5 Vacíos en la Ley Federal de Radio y Televisión y en el Reglamento correspondiente en Materia de Educación y algo acerca de la llamada “Ley Televisa”.....	88
2.6 Impacto de la LFRyTV en los medios de comunicación.....	95

### **3.- LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENSEÑANZA**

3.1 La perspectiva europea.....	102
3.2 La perspectiva norteamericana.....	117
3.3 La influencia para México.....	125
3.4 La televisión como medio de enseñanza.....	132
3.5 ¿Educación por televisión?.....	140
3.6 Plaza Sésamo como ejemplo de la televisión educativa.....	144

### **4.- TV AZTECA y TELEVISIA... Caso práctico de aplicación**

4.1 La programación de sábado y domingo en el canal 7 de TV Azteca y 5 de Televisa .....	154
4.2 Programas que no se ajustan a los lineamientos de la LFRyT.....	170
4.3 Perfil de audiencia del Canal 7 de TV Azteca y Canal 5 de Televisa.....	177
4.4 ¿Existen contenidos educativos en la programación del Canal 7 de TV Azteca y Canal 5 de Televisa?.....	185

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>190</b>
--------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>195</b>
--------------------------	------------

<b>HEMEROGRAFÍA.....</b>	<b>198</b>
--------------------------	------------

<b>PÁGINAS WEB.....</b>	<b>199</b>
-------------------------	------------

# INTRODUCCIÓN

Actualmente la televisión ha llegado a ocupar el lugar más importante como medio de entretenimiento y diversión dentro de la sociedad mexicana, sin embargo, ocupa muy poco tiempo para el que, en el mejor de los casos, podría ser su principal objetivo: la educación. Esto de acuerdo con algunos argumentos que presentaron en su solicitud de compra los representantes de Radiotelevisora del Centro al momento de entrar a la subasta de medios hecha por el Gobierno Federal en 1993.<sup>1</sup>

Textualmente, los argumentos expuestos decían lo siguiente:

*“Con la compra del paquete de medios gubernamentales, se pretende constituir un consorcio de medios de comunicación masiva, eficiente y competitivo. Sus objetivos generales son: difundir las actividades económicas que propicien generación y consumo de productos nacionales, así como mejorar la educación y la cultura nacionales, transmitir información confiable, proporcionar esparcimiento, cultura, educación e información, balancear producción nacional y extranjera”.*<sup>2</sup>

Sin embargo, y después de 20 años desde que se fundó la televisora, el panorama en relación a sus objetivos y su programación sigue igual de distante que en sus inicios. Más adelante se abordará éste tema con mayor detalle y precisión.

Desde sus orígenes y hasta nuestros días, y gracias a los vertiginosos cambios tecnológicos que se han dado a través de la historia, la televisión se ha convertido

---

<sup>1</sup> Revista Proceso, “Sobre la mesa, las cartas de cuatro grupos que se disputan los medios del Estado” por Enrique Meza, 3 de mayo de 1993, no. 861, pp 18.

<sup>2</sup> Ídem

en una parte muy importante dentro de la estructura familiar de casi todos los hogares mexicanos, los cuales actualmente cuentan con al menos un aparato de televisión encendido diariamente en donde los niños, quienes son nuestro objeto de estudio, tienen grandes dosis de diversión, entretenimiento, violencia, mensajes, etcétera, esto los convierte en el grupo poblacional más vulnerable y receptivo de lo que diariamente les llega a través de la programación televisiva. Sin embargo, la televisión dado sus alcances y popularidad, también podría ser utilizada para apoyar y complementar de alguna manera los conocimientos que se adquieren en las aulas escolares o cualquier otro medio de aprendizaje.

Cabe aclarar que no nos referimos únicamente a lo que el profesor enseña en el aula de clases, sino también a lo que en la cotidianidad de la vida diaria se aprende. Es decir, se pueden producir programas con contenidos didácticos que, sin dejar de ser divertidos y entretenidos enseñen algún oficio o actividad manual o simplemente narren algún pasaje de nuestra extensa y apasionante historia.

El objetivo es contrarrestar en algo el bombardeo de programas televisivos en donde se pondera la extrema violencia, los dramas de las telenovelas, los dibujos animados con seres superdotados o extraterrestres que a diario se transmiten y que en su gran mayoría, sino es que todos, son extranjeros y contribuyen a la institucionalización de la violencia y el drama como inevitable forma de vida.

Por lo anterior, este trabajo pretende aportar herramientas y argumentos que sean verdadera evidencia de que la Ley Federal de Radio y Televisión y sus respectivos reglamentos no se llevan a cabo al pie de la letra, no se aplican y mucho menos se respetan, ya que el rubro de los contenidos de los programas de televisión debiera ser uno de los apartados más importantes a considerar, debido al gran alcance que tiene en la estructura social y por lo cual, los ha convertido en definitivos modeladores de la conducta y conciencia del público televidente que permanece cautivo varias horas del día frente al televisor, el cual, en ese momento se convierte en el vehículo más eficaz de transmisión de mensajes que, sin los

mismos televidentes percatarse, moldean su personalidad, sus gustos y sus necesidades.

Describiremos una parte de la programación transmitida por la televisión, y para ello utilizaremos la metodología de la observación y el análisis para establecer la relación de la causa y efecto entre los elementos que componen el objeto de nuestra investigación. Cabe señalar que por el perfil del tema, utilizaremos algunos conceptos y lineamientos de otras disciplinas como la jurídica, sin olvidar jamás que la comunicación es nuestro eje rector.

El presente estudio consta de cuatro capítulos y se divide de la siguiente manera: en el primer capítulo describiremos el concepto educación a través de distintas perspectivas para poder tener un concepto más amplio del mismo; así como la influencia que éste ejerce en la sociedad, en su desarrollo y en su forma de vida, entre otros. Revisaremos qué dice la ley a cerca de la educación, también estudiaremos el concepto educación en términos sociológicos para conocer el impacto que tiene éste en la sociedad mexicana actual; asimismo, abordaremos este mismo concepto a través de la política donde revisaremos qué demanda ésta de la sociedad, sin dejar a un lado también, el aspecto económico, el progreso y desarrollo de la misma.

En el segundo capítulo revisaremos las diferentes perspectivas en las que se dividió la función televisiva en el mundo desde sus inicios y nos referiremos, principalmente, a la perspectiva europea y a la norteamericana, y conoceremos el modelo que se decidió tomar para la entonces naciente industria televisiva mexicana y porqué.

En el tercer capítulo abordaremos lo referente a la legislación mexicana en torno a la televisión; algunos antecedentes, la Ley de 1963, sus repercusiones y porqué fueron tan importantes, quienes y en qué momento la elaboraron y se publicó. Asimismo, comentaremos todo lo concerniente al Reglamento de la misma ley



referente a los contenidos televisivos, la *Ley Televisa* y las más actuales modificaciones.

Finalmente, en el cuarto capítulo, hablaremos concretamente de la programación transmitida los sábados y domingos de mayo y junio del 2012 a través del Canal 7 de TV Azteca y el Canal 5 de Televisa, así como de la descripción de su público y del contenido de su programación utilizando la técnica del monitoreo, el cual nos dará la suficiente información como para poder establecer una conclusión final que además permita conocer las propuestas que se derivarán del presente trabajo.

# CAPÍTULO 1

## 1. EL CONCEPTO EDUCACIÓN DESDE DISTINTAS PERSPECTIVAS

El concepto educación nos servirá principalmente para conocer un poco más a fondo el impacto que ejerce ésta en las diversas instancias del desarrollo y el progreso de una sociedad como la mexicana, la cual día a día está un poco más inmersa en los avances sociales y tecnológicos del vertiginoso y acelerado siglo XXI. Iniciaremos, como ya vimos, por la educación en términos jurídicos.

### 1.1 EDUCACIÓN EN TÉRMINOS JURÍDICOS

El nivel educativo de un país es el reflejo de su madurez para responder a las exigencias de la modernidad e instrumento preciso que nos permite medir su grado de civilización. La educación es un arma que promueve el progreso y el fortalecimiento de la estructura socioeconómica de un pueblo. En consecuencia, el desarrollo educativo de un país determina la evolución y el perfeccionamiento de la sociedad, y dado que la educación en México ha sido parte fundamental e imprescindible a lo largo de su historia, iniciaremos hablando del Artículo Tercero Constitucional.

#### **Texto vigente \***

Artículo 3°. Todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado-Federación, Estados, Distrito Federal y Municipios- impartirá educación

preescolar, primaria y la secundaria. La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

- I. Garantizada por el artículo 24 la libertad de creencias, dicha educación será laica y, por tanto, se mantendrá por completo ajena a cualquier doctrina religiosa;
- II. El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

Además:

- a) será democrática, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;
- b) será nacional, en cuanto –sin hostilidades ni exclusivismos- atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y

---

\*Constitución Política Mexicana, texto consultado el 23 de abril del 2012

- c) contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de la fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos;
- III. para dar pleno cumplimiento a lo dispuesto en el segundo párrafo fracción II, el Ejecutivo Federal determinará los planes y programas de estudio de la educación primaria, secundaria y normal para toda la República. Para tales efectos, el Ejecutivo Federal considerará la opinión de los gobiernos de las entidades federativas y de los diversos sectores sociales involucrados en la educación, en los términos que la ley señale;
- IV. Toda la educación que el Estado imparta será gratuita;
- V. Además de impartir la educación preescolar, primaria y secundaria, señaladas en el primer párrafo, el Estado promoverá y atenderá todos los tipos y modalidades educativos –incluyendo la educación superior– necesarios para el desarrollo de la Nación, apoyará la investigación científica y tecnológica, y alentará el fortalecimiento y difusión de nuestra cultura;
- VI. Los particulares podrán impartir educación en todos sus tipos y modalidades. En los términos que establezca la ley, el Estado otorgará y retirará el reconocimiento de validez oficial a los estudios que se

realicen en planteles particulares. En el caso de la educación primaria, secundaria y normal, los particulares deberán:

- a) Impartir la educación con apego a los mismos fines y criterios que establecen el segundo párrafo y la fracción II, así como cumplir los planes y programas a que se refiere la fracción III, y
- b) Obtener previamente, en cada caso, la autorización expresa del poder público, en los términos que establezca la ley;

VII. Las universidades y las demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgue autonomía, tendrán la facultad y la responsabilidad de gobernarse a sí mismas; realizarán sus fines de educar, investigar y difundir la cultura de acuerdo con los principios de este artículo, respetando la libertad de cátedra e investigación y de libre examen y discusión de las ideas; determinarán sus planes y programas; fijarán los términos de ingreso, promoción y permanencia de su personal académico; y administrarán su patrimonio. Las relaciones laborales, tanto del personal académico como del administrativo, se normarán por el apartado A del artículo 123 de la Constitución Política, en los términos y con las modalidades que establezca la Ley Federal del Trabajo conforme a las características propias de un trabajo especial, de manera que concuerden con la autonomía, la libertad de cátedra e investigación y los fines de las instituciones a que esta fracción se refiere, y

VIII. El Congreso de la Unión, con el fin de unificar y coordinar la educación en toda la República, expedirá las leyes necesarias, destinadas a distribuir la función social educativa entre la Federación, los estados y municipios, a fijar las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público y a señalar las sanciones aplicables a los funcionarios

que no cumplan o no hagan cumplir las disposiciones relativas, lo mismo que a todos aquellos que las infrinjan.

Cabe destacar que este artículo, al igual que los artículos 27 y 123 constitucionales están considerados como una garantía social debido a su trascendencia en la organización de la sociedad.

*“En 1946 se modificó casi totalmente el contenido del artículo tercero constitucional se eliminó el término de socialista y se reafirman los principios de laicidad, gratuidad y obligatoriedad. En el nuevo artículo se define constitucionalmente a la democracia no como estructura jurídica y régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo.”<sup>3</sup>*

Desde 1946 continuó igual hasta que en 1980 hubo una adición en relación a las universidades e instituciones de educación superior.

No fue, sino hasta 1992 y después del periodo de buen entendimiento entre el Estado y las Iglesias que se derogó la prohibición para que las corporaciones religiosas y los ministros de culto pudieran intervenir de alguna forma en los planes educativos.

Asimismo, en la reforma de 1993 se estableció como obligatoria la educación secundaria. En ese año se precisó que el Estado<sup>4</sup> a través de particulares a quienes autorice para ello, estarían encargados de proporcionar los servicios educativos suficientes para que toda la población pudiera cursar la educación

---

<sup>3</sup> Cámara de Diputados LV Legislatura, Derechos del pueblo mexicano. México a través de sus constituciones, cuarta ed., México, Porrúa, 1994. Tomo I, p. 131

<sup>4</sup> ESTADO: (del latín status) comunidad política desarrollada, consecuencia natural de la evolución humana. Estructura del poder político de una comunidad. El Estado es generalmente entendido como una relación en la que alguien manda y otros obedecen. El Estado crea derecho, aplica una Constitución, representa a sus nacionales, tiene jurisdicción, ejecuta sanciones; el Estado celebra tratados, es sujeto del derecho internacional; el Estado, en suma, es titular de derechos y obligaciones. (Diccionario Jurídico Mexicano, Ed. Porrúa, UNAM, México, 1999, pp 1320.

preescolar, primaria y secundaria, para este propósito el Congreso de la Unión expidió la Ley General en materia educativa.

Derivadas de esta ley, y en cuanto a la educación, se fijaron las siguientes normas:

- a) Es un derecho de todo individuo recibirla.
- b) La educación preescolar, primaria y secundaria son obligatorias, siendo por ello una función del Estado proporcionarlas gratuitamente.
- c) La que imparta el Estado será laica, es decir, desprovista de orientación religiosa (es preciso comentar la larga polémica que el contenido de este apartado ha despertado desde su discusión en el Congreso. “Durante algún tiempo se estableció la educación laica en todos los planteles educativos. Posteriormente se legisló para que la educación fuera socialista, luego se regresó a la educación laica obligatoria tanto para la educación oficial como la particular. Recientemente se ha vuelto a modificar este artículo y contra lo deseado por los legisladores del 17 en su mayoría, se ha flexibilizado la normatividad para las escuelas particulares. Aun así, la polémica continúa”.<sup>5</sup>
- d) La enseñanza será de carácter nacionalista y científica, inculcando valores de solidaridad internacional y procurando la cohesión de las estructuras sociales.
- e) Corresponde a la Federación determinar los planes y programas de estudio para preescolar, primaria y secundaria.
- f) La educación que proporcionen los particulares, además de requerir autorización y reconocimiento gubernamental, debe ceñirse a los planes y programas oficiales.
- g) El Estado apoyará todo tipo de educación, incluida la superior, y

---

<sup>5</sup> GAMIZ Parral Máximo, Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada, México, Noriega Editores, 1995, pp 17.

h) Se hace un claro reconocimiento a la autonomía de las universidades públicas, garantizándoles la libertad de cátedra y de investigación.

Por otro lado y a pesar de los cambios que se dieron en el siglo pasado en la educación y su legislación, prevalecieron, como eje de nuestro Sistema Educativo Nacional, los tres grandes pilares de la educación: obligatoriedad, gratuidad y laicismo.

El 12 de noviembre del 2002 se publicó un decreto a través del cual se adicionó y reformó el Artículo Tercero Constitucional haciendo obligatoria, además, la educación preescolar.

Cabe resaltar que sin importar qué partido político esté en el poder, el plano educativo siempre ha tenido un lugar importante en los debates internos del Congreso, ha sido centro de atención personal y objeto de diversas reformas ya que se le ha considerado como un pilar determinante en el crecimiento de nuestra nación.

Asimismo, en nuestra Carta Magna se considera a la educación una de las partes fundamentales para el progreso y el desarrollo del país, es por ello que los legisladores dedicaron todo un artículo a establecer las reglas que regirán a la educación y a los educadores en todos los niveles educativos buscando siempre, en teoría, el bienestar social.

El Congreso de la Unión dicta lo que debe de ser en el plano educativo, sin embargo, ya en la práctica existen enormes y graves desviaciones constantes en agravio de los niños (a quienes nos referiremos en este trabajo) que de alguna u otra manera son la parte de la sociedad más importante y vulnerable y a la que se le tiene que poner toda la atención posible.



Por ejemplo, en muchas regiones del país aún existen niños en edad escolar que por falta de recursos económicos, de accesibilidad o de alguna aula cercana aún no reciben ninguna educación escolar y se ven en la necesidad –desde pequeños- de trabajar en actividades que les corresponden únicamente a los adultos para poder llevar unos cuantos pesos a sus casas. Así se pasa el tiempo y lo único que logran es engrosar las filas del analfabetismo y la deserción escolar.

En teoría y para evitar lo anterior y según el Gobierno Federal, el Congreso de la Unión expedirá las leyes necesarias con el fin de hacer que la educación se convierta en una función social que llegue a todo aquél que la necesite, así como a señalar las sanciones aplicables a los funcionarios que no cumplan o no hagan cumplir las disposiciones establecidas y lo mismo a todos aquellos que las infrinjan.

Pero esto no es así, porque en la realidad existen un sin fin de irregularidades en torno a que la educación debe ser gratuita y se debe proporcionar a todos los niños que estén en edad escolar dado que aún existen comunidades en extremo apartadas que no cuentan siquiera con lo más elemental para iniciar una educación escolar formal como aulas, mesabancos, cuadernos, pizarrones y mucho menos profesores.

¿Qué pasa con ese sector de la población? ¿El artículo tercero constitucional también aplica para ellos? o simplemente por falta de recursos económicos por parte de los educandos se queda únicamente en el papel.

Dado que nuestra investigación gira en torno de la educación infantil, es necesario revisar lo que en cuestión de leyes ha expedido el Congreso de la Unión a través de la historia para conocer qué tan lejos está la realidad de lo que según nuestra Constitución debería de ser; porque legislar con base de lo ideal es muy diferente a lo que como ciudadanos comunes vivimos a diario.

Así, el Artículo Tercero Constitucional reviste gran importancia, ya que es quien dicta el deber-ser del ámbito educativo nacional, es por eso que primero tenemos que conocer lo que es la teoría para después poderla comparar con la práctica y revisar si verdaderamente las leyes cumplen su cometido o simplemente la realidad supera a las palabras.

Legislar en torno a la educación resulta verdaderamente importante ya que se deben poner las reglas precisas y establecer el rumbo por el cual debe caminar la educación en nuestro país y no perderse entre palabras e intentos de mejora que muchas veces únicamente caen en un laberinto en donde nunca se llega a nada concreto. Legislar, es pues, parte fundamental de cualquier nación que pretenda marcar el camino que seguirán sus ciudadanos para no caer en la anarquía que quizá pudiera darse cuando no hay reglas que seguir.

A diferencia del dicho popular que “las leyes se hicieron para violarlas” considero que éstas son parte fundamental de una nación ordenada que esta fuera de la anarquía y que con ello pretende llegar a tener una sociedad desarrollada, con un estricto sentido del respeto por las instituciones y la legalidad.

Es por ello que en torno a nuestro objeto de estudio que es la educación es indispensable un marco jurídico preciso que regule su actividad y alcance para que así, puedan ser beneficiadas todas las personas que en su momento, quieran tener acceso al sistema educativo nacional y no se pierdan los esfuerzos, y logros que hasta hoy se han alcanzado.

Una vez abordada la educación en términos jurídicos, a continuación se abordará éste mismo en términos sociológicos para tener una visión más amplia del concepto.

## 1.2 EDUCACIÓN EN TÉRMINOS SOCIOLÓGICOS

Para que una sociedad progrese y se desarrolle es necesario e imprescindible educarse. El nivel educativo de una sociedad determina su desarrollo económico, cultural, social, político, entre otros. Esto se refleja en una mayor calidad de vida para sus ciudadanos y consecuentemente en una mejor sociedad y en un mejor país. Visto así, la educación no es un gasto, podría ser una saludable y muy redituable inversión.

Asimismo, el crecimiento económico, la organización política, el desarrollo científico y tecnológico, la solidez de su sistema jurídico, las raíces culturales, etcétera, definen la identidad de un país; también el periodismo y la libertad de expresión rubrican los niveles de madurez de una sociedad que está o no debidamente informada.<sup>6</sup>

Ante esto, y desde cualquier punto de vista que se vea, la educación impacta de forma dramática en la sociedad y se convierte en uno de los motores determinantes para el progreso, desarrollo y bienestar social de los ciudadanos, ya que con un alto nivel educativo se puede aspirar a mejores trabajos con mejores sueldos y mejores condiciones de vida.

Con educación se puede aspirar a tener una sociedad mejor que cumpla cabalmente con los objetivos y las expectativas que demanda una sociedad del siglo XXI.

---

<sup>6</sup> SOLÍS Delgado Juan José, Periodismo de Héroes y Villanos, Revista Digital Razón y Palabra, 22 de agosto del 2012.

En años recientes, las acciones ejercidas en pro de la educación han tendido a ocupar un lugar preponderante dentro de la sociedad mexicana, abandonando el lugar oscuro en el que se encontraban y dando paso a diversos programas educativos ejercidos por los diferentes gobiernos en colaboración, principalmente, de la iniciativa privada, logrando así, el mayor avance alcanzado en todos los tiempos, sin embargo, no se puede cantar victoria porque aún falta mucho camino por recorrer y mucho por hacer por parte, no solo del Gobierno sino de la sociedad en su conjunto quien es, en un momento dado, la que se beneficia y se transforma gracias a los resultados que provoque una sociedad con un alto nivel educativo.

Cabe preguntar si la educación en México está efectivamente contribuyendo a edificar una sociedad moderna, democrática e independiente que el pueblo desea construir o si, por el contrario, el esfuerzo educativo nacional, se está diluyendo en un mero efecto utópico en el cual nadie querría perderse ya que la educación es el único camino que lleva a la modernización, al cambio, al progreso y a la construcción de una sociedad con una mejor calidad de vida.

Es innegable que en cuestión de educación se ha avanzado en comparación con los resultados que se daban apenas unas décadas atrás, sin embargo aún hay mucho camino por recorrer. Actualmente, podríamos decir que la sociedad ya es un poco más organizada, más participativa, se entera más de lo que acontece a su alrededor –en todos los ámbitos- se involucra; pero eso no es todo aún estamos muy lejos de ser una sociedad independiente, de primer mundo, pero el esfuerzo se está haciendo. Hoy lo importante es evitar que el esfuerzo se diluya en un mero sueño de progreso educativo y social y no se llegue a nada concreto y real.

Dado que la educación es el tema central de nuestra investigación, daremos una breve definición del término y lo abordaremos, en un primer momento, a través del aspecto sociológico para conocer la magnitud del impacto que éste puede provocar dentro de nuestra sociedad.

“Se entiende por *educación* al proceso por el que una sociedad transmite y conserva su propio patrimonio cultural, así como las propias costumbres, hábitos, etc. de las generaciones adultas sobre aquéllas que todavía no están maduras para la vida social, facilitando con ello la continuación del proceso creativo de la vida espiritual.”<sup>7</sup>

Simplemente, las nuevas generaciones se ven influidas por los adultos en todo lo que respecta a su desarrollo, es decir, los adultos transmiten a sus hijos lo que ellos consideran que es lo mejor para poder enfrentar una vida adulta sin tantos problemas o por lo menos sin tantas dificultades.

Por su parte, Kart Mannheim<sup>8</sup> considera que la educación es un proceso continuo que inicia con el nacimiento del ser humano y continúa así durante toda su vida es decir, el proceso educativo nunca termina, la vida es un constante aprender y descubrir en donde la comunidad, la familia y la escuela desempeñan funciones importantes para el desarrollo y la adaptación de los educandos en las sociedades dinámicas y cambiantes especialmente aquéllas que se abren a la democracia y a la especialización que demanda el mismo progreso al que se encuentran inmersos.

Este proceso continuo de educación se da desde que el individuo nace, en la casa, dentro de la familia quien le enseña sus primeras palabras, sus primeros juegos, sus primeras necesidades, después en la escuela se inician sus primeras relaciones interpersonales fuera de la familia (los amigos, los profesores, etc.) empieza la enseñanza formal (profesores, cuadernos, libros, etc.), se dan las relaciones laborales, en sí, el entorno que lo rodea. Es decir, el proceso educativo de un individuo inicia desde que éste es bebé y termina únicamente con la muerte.

---

<sup>7</sup> GRECO Orlando, Diccionario de Sociología, ediciones Valletta, Argentina, 2003, pp 85.

<sup>8</sup> KART Mannheim (1893-1947) originario de Budapest, profesor de sociología y filosofía de la educación en la Universidad de Londres.

Para efectos de nuestro estudio hablaremos de la educación de la siguiente manera:

- 1.- Educación asistemática
- 2.- Educación sistemática

**-Educación asistemática:** es la información espontánea o intencional, simple sin rigor, que se lleva a cabo dentro de la familia, los amigos y en la sociedad desde que el individuo nace y hasta que muere, se da por la simple imitación y es la base de lo que seremos en el futuro. Esta es la primera educación que recibimos día a día desde que nacemos y que inicialmente empieza en casa con nuestros padres, hermanos, tíos, primos, abuelos, etc. para después poder pertenecer a una sociedad que en su momento hace lo propio, enseñamos lo que ellos creen que es lo correcto de acuerdo con su muy particular manera de ver la vida y con lo que en su momento también aprendieron, generalmente se proporciona en el núcleo familiar o la gente que nos rodea. Este tipo de educación es libre y espontánea. Mediante este proceso se aprenden las normas y los valores de una sociedad, se configura la conciencia colectiva y se desarrollan el conocimiento, las habilidades y las actitudes.

**-Educación sistemática:** es la que se estructura conscientemente para educar y puede ser informal o formal. La educación informal se da dentro del grupo familiar, en los medios de comunicación, las organizaciones sociales, las empresas o las organizaciones religiosas. La educación formal se da en los diversos ámbitos escolarizados, es cuando la formación es planeada, intencionada, que se realiza especialmente en la escuela, con objetivos definidos, con normas y reglas previamente determinadas, con contenidos seleccionados e impartida por personas especializadas.<sup>9</sup>

Ambas maneras de educar son determinantes en una sociedad, en su desarrollo, en su evolución, en su poder, en su manera de estructurarse, en los logros que

---

<sup>9</sup> ibíd, pp. 15.

alcanza y en los objetivos que se plantea para poder alcanzar un nivel de primer mundo, para saber responder ante cualquier situación o reto que se presente y que lo lleve poco a poco a tener mejores condiciones de vida con calidad para poder vivir la misma y para saber responder ante cualquier situación o reto que se presente.

Se considera que, hablando de la educación formal, la principal fuente de conocimientos es la escuela quien ejerce su poder de influencia sobre los niños, quienes son la parte más vulnerable de la sociedad; por su parte para ejercer la educación informal la familia es el punto de partida y la parte más importante dentro de la sociedad ya que ésta transmitirá los primeros conocimientos a los niños desde que son recién nacidos hasta que ingresan por primera vez a la escuela. Es en esta etapa cuando empieza a diversificarse su educación.

Estas dos funciones sociales de la educación (la asistemática y la sistemática) llevan implícitas otras dos: la de continuidad histórica entre generaciones y la de integración social entre los distintos grupos sociales contemporáneos de una sociedad.

La primera –la continuidad histórica- se refiere a los conocimientos, tradiciones, juegos, costumbres, enseñanzas, etc. que se heredan y se aprenden de generación en generación y que por lo regular son parte del bagaje cultural de una nación y la segunda –la integración social- se refiere a la armonía e integración que debiera darse dentro de los distintos grupos sociales que conforman una sociedad.

Para Emile Durkheim “la educación es la acción ejercida por las generaciones adultas sobre las que todavía no están maduras para la vida social y tiene por objeto suscitar y desarrollar en el niño cierto número de estados físicos, intelectuales y morales, que exige de él la sociedad política en su conjunto y el

medio especial al que está particularmente destinado”<sup>10</sup>, es decir, los adultos influyen sobre los niños de acuerdo a lo que estos desean obtener, ya sea en casa o en la escuela o simplemente en su entorno social. Los niños siempre están aprendiendo y descubriendo cosas nuevas que después se convierten en su bagaje cultural y en su forma de ser y conducirse por la vida.

Para Durkheim la educación es un proceso que se confunde con el de socialización ya que a través de la inculcación de valores se transmite la herencia social y se permiten las relaciones intergeneracionales. También Durkheim considera que por el proceso educativo se logra la integración moral y se conforma la conciencia colectiva, vista ésta como modos de pensar, actuar y sentir de los miembros de un grupo, es decir, Durkheim consideraba al sistema educativo como “una institución social en la que se presentan modalidades de cada sociedad y de cada momento en que ésta se encuentre”<sup>11</sup>, por que como es sabido, las modas y las costumbres cambian, y por lo tanto también la enseñanza y los conocimientos son otros y se van adecuando a las necesidades que en su momento vayan surgiendo.

Sin embargo, el objetivo de la educación no es tan solo proporcionar cierta cantidad de conocimientos a diestra y siniestra, sino también y muy importante modificar la naturaleza del alumno para que éste se adecue al grupo social al que pertenece o intenta pertenecer.

Como sabemos, la educación nos llega de diversas vertientes de la sociedad, pero sabemos también que la escuela es uno de los ambientes educativos en los que un niño crece, se desarrolla y aprende, sin embargo, la familia es prioritaria y esencialmente más importante, así como la naturaleza de la organización que ahí se encuentra, el tipo de disciplina que prevalece y el ambiente que allí existe.

---

<sup>10</sup> Emile Durkheim (1858-1917), francés educado en la Ecole Normale Supérieure de París. Fue profesor de sociología y educación de la Sorbona. Su interés por la sociología aplicada al campo de la educación fue fundamental y lo mantuvo por varios años. Se le considera como uno de los precursores de la sociología de la educación. Sociología de la Educación, Regina Jiménez, Trillas, pp 27.

<sup>11</sup> ibídem, pp 27.



Aunque claro está que cada civilización y cada cultura tienen su propia educación y su propia manera de educar, sin embargo y para tal efecto, siempre existen grupos que a como dé lugar intentan ejercer su hegemonía sobre todos los demás a través de lo que Louis Althusser llamó aparatos ideológicos del Estado<sup>12</sup>, como son la escuela, la familia, la iglesia, los partidos políticos, la cultura, y por supuesto los medios masivos de comunicación, logrando así un efectivo control sobre las conciencias de los individuos.

Pero en sí y muy importante, la educación se considera fenómeno igualmente indispensable para el control y el cambio social que reclama cada generación en cada situación en donde la escuela ocupa un lugar muy importante ya que ésta por definición, es un medio ambiente creado para modificar la conducta y para permitir el pleno desarrollo de la personalidad del educando para construir una moral y una razón individual acorde con la colectividad y con las reglas y necesidades que imperen en ese momento.

Asimismo, el desarrollo vertiginoso de la tecnología demanda cada vez más personas con más conocimientos, con grados más altos de estudios, con mente más abierta para poder vivir en este mundo tan competitivo y cada vez más poblado, para poder responder a las necesidades que demanda una sociedad más desarrollada, más participativa y más informada que reclama estudiantes más comprometidos y por supuesto mayor, y mejor calidad educativa que nos lleve a una evolución como individuos y por su puesto a un desarrollo como sociedad.

Para Durkheim, la educación es el mecanismo idóneo para mantener la solidaridad entre la sociedad. La educación deberá reforzar la autoridad del maestro, la lealtad de las instituciones, el orden social, difundiendo de manera explícita los valores morales y sociales de la sociedad. La educación es, desde su punto de vista, un medio de socialización.

---

<sup>12</sup> ALTHUSSER Louis, Aparatos Ideológicos del Estado, Ediciones Quinto Sol, México.

De ahí que el considerara a la educación como un esfuerzo continuo por imponer en el niño modos de ver, de pensar y de actuar que no haría espontáneamente y que son reclamados por la sociedad en su conjunto y por el medio social al que en particular está destinado.

“Además de un medio de socialización, la educación es un mecanismo para garantizar la reproducción de la división social del trabajo y de esa manera la reproducción de la sociedad.”<sup>13</sup>

Indiscutiblemente, la educación cumple una función cultural y social muy importante desde cualquier punto de vista que se vea, es decir, transmite de generación en generación las costumbres y valores que han producido y conservado los grupos sociales a través de la historia, aunque muchas veces éstos se transformen o modifiquen de acuerdo con las necesidades de cada momento y cada generación.

Al mismo tiempo, la educación también cumple una función ideológica, esto es, logra que los receptores no solo se queden con una interpretación de la realidad sino con una representación imaginaria de la cual se aprovechan los grupos que tienen el poder de determinar los contenidos que se transmiten a través de los procesos educativos de mayor alcance como la familia, la escuela, la iglesia o los medios masivos de comunicación.

Es únicamente entendiendo esta multiplicidad de la educación que podemos hablar de ésta como un fenómeno indispensable para la supervivencia, continuidad e integración de las sociedades a través de la historia.

---

<sup>13</sup> GUEVARA Niebla Gilberto, Patricio de Leonardo, Introducción a la teoría de la educación, Trillas, 2001, p.52.

Como vimos, la educación es parte fundamental para el desarrollo y el progreso de una nación. Únicamente educando a nuestros niños podremos aspirar a tener una mejor nación, con una mejor calidad de vida y con un mejor futuro.

Mientras más altos niveles de educación se alcancen en una sociedad, serán éstas más complejas y exigentes y tendrán un comportamiento cada vez más diferente, es decir, la educación va a determinar el nivel y la calidad de sociedad y va a definir su diversidad y las vertientes en las que se moverá y desarrollará para lograr con el tiempo declararse como una sociedad moderna y deseosa de cambio; también determinará la destreza y capacidad para el trabajo productivo para consecuentemente, dominar y transformar la naturaleza para satisfacer las necesidades materiales y económicas que llevan a una mejor y mayor calidad de vida. La educación es indispensable para el cambio social.

Asimismo, la educación determina el comportamiento y complejidad de las sociedades. Mientras más altos niveles educativos se alcancen más compleja, diversa y abierta será la sociedad en su comportamiento, sus decisiones, su manera de pensar y desear, se podría decir que será más ambiciosa, sin dejar a un lado que siempre existirán posiciones antagónicas de poder de unos sobre otros que determinan sus condiciones materiales y culturales de existencia.

Conforme a lo anterior, el concepto de sociedad se presenta como una realidad heterogénea y estratificada, formada por grupos que difieren notablemente en cuanto a su visión del mundo y a su cultura (debido a la posición que ocupan en las relaciones de producción material). Pero al mismo tiempo, la sociedad no deja de ser una totalidad integrada a través de la hegemonía política, económica, social y cultural de uno o varios grupos que comparten entre sí los mismos intereses y procedimientos para el control y dominio de los demás grupos suficientemente aptos como para llevar la dirección de la vida social, no sin encontrar oposición por parte de los demás.

Finalmente diremos que las sociedades se comportan de acuerdo a su entorno, a su cultura, a su diversidad y complejidad y que éstas son determinadas por el grado de educación que alcancen sus integrantes y por el entorno en el que se desarrollan. A mayor nivel educativo mayor progreso social, cultural y económico.

Una vez revisada la educación sociológicamente hablando, ahora la abordaremos en términos políticos para darle un sentido más estricto, dadas las características de nuestra investigación.

### 1.3 EDUCACIÓN EN TÉRMINOS POLÍTICOS

Como ya vimos, los procesos educativos también cumplen una función cultural, esto es, que transmiten de generación en generación los bienes y valores que han producido y conservado los grupos sociales; asimismo, cumplen una función ideológica, esto es, propician no un conocimiento e interpretación de la realidad, sino una representación imaginaria, pero socialmente representativa de la misma.

También los procesos educativos cumplen una función económica, esto es, entrenan y capacitan a los individuos para el trabajo productivo y remunerador, y al mismo tiempo cumplen una función socializadora, es decir, cumplen con el proceso de enseñanza-aprendizaje para la vida social, logrando así que los individuos desempeñen funciones económicas, sociales, políticas o culturales dentro de la estructura social.

Pero también cumplen una función política al establecer las pautas que seguirán todos los miembros de la sociedad, de tal modo que los que tienen el poder sigan siendo la autoridad predominante.

Esto se logra principalmente en el ámbito escolar, es ahí en donde se enseña a los niños que existen estructuras de autoridad predominantes y a distinguir y respetar jerarquías.

Es por eso que podemos afirmar que ciertos procesos educativos (en particular el religioso, el escolar, el político y el que se realiza a través de los medios masivos de comunicación) adquieren una clara finalidad política, esto es, se tienen que dejar totalmente entendidas las diferencias sociales existentes para que así, los

que tienen el poder lo sigan teniendo siempre, es decir, la educación también realiza una función de “legitimación” de la selección social predominante, precisamente porque ésta última se realiza conforme a los criterios y procedimientos avalados por los procesos educativos.

Con lo anterior se pone de manifiesto que los procesos educativos responden y se adecuan a los intereses de las clases sociales existentes en determinada sociedad para continuar con el dominio y lograr en determinado momento la legitimación necesaria para ejercer libremente el poder a su conveniencia.

Un elemento más de la complejidad del carácter político de la educación lo podemos ver en la aparente diversidad de finalidades educativas que tienen los distintos grupos dominantes de la esfera social y política de nuestro país con los cuales se pone en duda la posible hegemonía de un proceso o de un contenido educativo con el argumento que unos ponen más énfasis (supuestamente) en las habilidades, conocimientos y técnicas como el sistema escolar; otros en los valores como la religión; otros en las relaciones humanas como la familia y otros que según ellos no tienen finalidad educativa como los medios masivos de comunicación, sin embargo, el conjunto de todos los anteriores en determinado momento logran un control total de las voluntades, deseos y necesidades de los individuos.

Debemos entender que *política* es “la ciencia de la administración y gobierno del Estado y la práctica de ésta administración y la acción de los ciudadanos organizados para intervenir en la misma. Estas organizaciones ciudadanas se llaman partidos políticos, los cuales en los regímenes democráticos, actúan conforme a los estatutos legales y con medios legítimos para la conquista de la opinión pública y, mediante ella, ganar influencia en la orientación y dirección del ámbito público”<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> TIRADO Benedi Domingo, Sociología de la Educación Ensayos Pedagógicos, Fernández Editores, México, 1987, p.117.

Ahora bien, en nuestro país, por mínimo que sea, todo partido político tiene en su programa de actividades intenciones de orden pedagógico y su influencia se manifiesta en la legislación y en la administración del sistema educativo del país, de ahí el interés no sólo educativo, sino político de intervenir en los problemas de la educación para seguir manteniendo el control de los ciudadanos, y qué mejor desde el momento en que inician su vida escolar.

“No hay política general que no lleve consigo explícita o implícitamente una política educativa, la cual está predeterminada en su estructura y en sus partes fundamentales por la estructura social, económica y política de cada país, y se transforma más o menos profundamente con el programa de valores que se propone poner en práctica la clase o el grupo político que se instale en el poder por medios legales o violentos, pacíficos o coactivos, según las circunstancias.”<sup>15</sup>

Bertran Russell afirma que “toda educación tiene un fin político y se dirige a reforzar un grupo, nacional o religioso o incluso social, en competencia con otros grupos. Este motivo es el que determina los planes de estudio y decide también qué hábitos de espíritu deben inculcarse a los alumnos.”<sup>16</sup>

Las transformaciones de los sistemas educativos están íntimamente ligadas a los cambios y derivaciones del juego pacífico o violento, de la lucha de los partidos políticos.

Recapitulando, diremos que la educación consiste esencialmente en la dirección del desarrollo humano desde la infancia y la adolescencia por un fin común, por lo tanto, el Gobierno como representante del poder político –dominante- del país tiene que establecer las políticas y lineamientos a seguir en el plano educativo con el principal objetivo de la conquista y permanencia en el poder. Evidentemente, no

---

<sup>15</sup> ídem, pp120.

<sup>16</sup> ídem, pp121.

hay política general que no traiga consigo en forma explícita o implícita una política educativa, y toda política de esta índole varía naturalmente en función de la política general y de las necesidades que en ese momento se estén viviendo en el país.

Por lo tanto, se puede afirmar que toda educación tiene un fin político de dominio y en el campo educativo éste se ejerce, entre otros, a través de los programas de estudios y además quien ejerce el poder también decide que otros conocimientos deben inculcarse a los alumnos.

Bajo éste tenor, se puede decir que si en efecto la educación es, ante todo, un medio para contribuir al progreso del individuo y favorecer su desarrollo interior, su inteligencia y su espíritu, no por eso deja de ser un medio para ejercer el poder sobre el individuo. Consecuentemente, si el criterio escolar depende, como hemos visto, del Estado social y político; si la sociedad está gobernada por la opresión, la educación, que prepara para la vida social, estará también regida por la opresión, y si por el contrario, el sistema social y político evoluciona hacia la libertad, la educación evolucionará en ese sentido.

Esto es porque en todas las sociedades humanas debe existir una muy clara distinción entre dirigentes y dirigidos y tener en cuenta que el poder político es un poder de “dominación” por un fin específico en donde como hemos visto, la educación ocupa una parte fundamental.

En este sentido, es menester unir esfuerzos de todos los componentes de la sociedad ya que si cada uno actúa aislado no pueden obtenerse resultados satisfactorios; se precisa de un salteamiento integral que unifique los esfuerzos de todos para lograr que la educación sea verdaderamente una herramienta para el desarrollo y progreso de los individuos. En este sentido el Estado ha de ser quien supervise la coordinación entre los diferentes elementos implicados en éste rubro



para permitir así, alcanzar los objetivos que cada sexenio se plantean los secretarios de Estado y el mismo Poder Ejecutivo en turno.

Así, se pone de manifiesto la necesidad de una intervención estatal en los asuntos educativos a través de una muy clara y bien definida política educativa, la cual a su vez se traduce en una legislación que establezca las leyes y normas a las que se ha de ajustar el Sistema Educativo Nacional.

Este Sistema Educativo Nacional debe considerar además de la educación académica tradicional, que la *nueva* educación sea universal y total, es decir, que para todos los hombres, mujeres, niños o adolescentes en todas las circunstancias y a lo largo de toda su vida, la educación sea permanente. Para esto, debe existir una estrecha coordinación entre todos los sectores de la sociedad de todo el país, ya que, de acuerdo a la conexión que exista entre la sociedad y la actividad escolar ésta tenderá, sin lugar a dudas, a mejores resultados en la eficacia y dirección de los esfuerzos educativos, porque según sea la sociedad, serán las escuelas.

La certeza de esta afirmación es evidente, ya que cualquier sociedad, en su afán de supervivencia, tenderá a configurar a las nuevas generaciones según sus propios patrones socioculturales; pero por otra parte, no es menos cierto que cada sociedad requiere de individuos mejor preparados para desarrollar plenamente sus capacidades, de ahí que sea posible afirmar que la educación es una de las principales empresas, si no es que la más importante de una país.

Ahora bien, una misión educativa de tan grandes objetivos no puede lograrse si cada sector de la sociedad actúa de un modo aislado. Se precisa de un planteamiento integral de la situación que unifique los esfuerzos de todos y cada uno de los componentes de la sociedad. En este sentido, el Estado es quien debe coordinar los esfuerzos de todos los implicados en el rubro de la educación para

permitir que se alcancen los objetivos previstos, que como todos sabemos son los mismos cada sexenio.

Para potenciar los aspectos de la política educativa nacional se requiere que todas las instituciones educativas tanto públicas como privadas se articulen coherentemente con las políticas federales y estatales para lograr los objetivos y metas nacionales y estatales.

También es necesaria una mayor y más eficaz coordinación entre las instancias de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y otras dependencias gubernamentales –incluyendo las estatales- y con las instituciones respectivas para facilitar su implementación y operación de cualquier programa educativo que en su momento el Gobierno Federal decida llevar a cabo, siempre, por supuesto, en beneficio de los miles de estudiantes que actualmente se encuentran inscritos en las diversas opciones educativas y para los que año con año engrosarán las filas del Sistema Educativo Nacional.

Las políticas federales y estatales han coadyuvado a la construcción y desarrollo de un complejo y diversificado sistema de educación. El impacto de estas políticas puede evidenciarse en la mejora continua de los programas de estudio. No obstante, las políticas deben continuar en un contexto de mayor participación del Gobierno Federal, tratando de enfrentar los retos de la mejor manera posible, asegurando la mayor calidad y una mejora en la planeación, coordinación y gestión, para que el sistema y las instituciones que lo conforman puedan responder con mayor oportunidad y niveles crecientes de calidad a las demandas de la sociedad, de la globalización, del desarrollo social y económico del país y de las grandes transformaciones nacionales e internacionales que se están dando y se pueden dar. Para ello es menester que el programa sectorial de los próximos años considere políticas que ayuden al país a salir del enorme rezago educativo que aún se vive en nuestra sociedad y que aún tiene a México catalogado como un país del tercer mundo (subdesarrollado).

Enfrentar los retos actuales del sistema educativo en México y lograr los ambiciosos retos propuestos por el Plan Nacional de Desarrollo, requiere consolidar e implementar políticas educativas que ayuden a mejorar la calidad de los planes y programas de estudio para que, consecuentemente, los alumnos de los diversos niveles educativos tengan las armas suficientes y necesarias para enfrentarse a un mundo globalizado que requiere personas mejor preparadas y con mayor nivel educativo que puedan aspirar a una mejor sociedad y, consecuentemente, a un mejor país.

Para tales objetivos, la economía de un país juega un papel por demás importante, es por eso que a continuación y para concluir las diversas vertientes del concepto “educación”, lo analizaremos desde su aspecto económico, es decir, la educación en términos económicos.

## **1.4 EDUCACIÓN EN TÉRMINOS ECONÓMICOS: PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2007-2012)**

La educación es un factor determinante para el progreso de cualquier nación y consecuentemente una fuente de oportunidades para el bienestar individual y colectivo; ésta repercute en la calidad de vida, en la equidad social, en el desarrollo y la convivencia humana y como sociedad, influye en el desarrollo y capacidades de las personas y consecuentemente de las comunidades. La educación, en suma, influye en la capacidad y evolución de las personas, y las sociedades, determina su preparación y sus herramientas para enfrentar el futuro y determina, también el progreso social y material de las naciones.

La situación actual en materia educativa y las condiciones demográficas, políticas, económicas, sociales y culturales que prevalecen en nuestro país demandan un gran proyecto de talla internacional que permita avanzar y crecer en favor de la educación; un proyecto en el cual participen y se articulen los esfuerzos de toda la sociedad y el Gobierno en su conjunto en donde se unan las fuerzas de cada uno de los involucrados y mediante el cual se reduzcan los inaceptables rezagos educativos y se den las condiciones que propicien un bienestar colectivo que, consecuentemente, permita la inserción de México en el ámbito internacional.

Este proyecto supone una revisión amplia e integral de los objetivos, los instrumentos, la estructura y la organización de la educación en México, a fin de lograr una educación acorde con las nuevas condiciones y aspiraciones nacionales e internacionales en donde se privilegie el aprendizaje y el conocimiento. Este plan demanda la participación total y comprometida de los individuos, grupos, organizaciones y sectores de todo nuestro país para garantizar su continuidad y compromiso con el mismo.

Es por esto, que en el gobierno del Presidente Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012), se continuó con el Plan Nacional de Desarrollo para, entre otros, dar un mayor impulso a la educación.

Con este plan se pretendió que México fuera un país interesado y encaminado a la educación, para que ésta sea valorada como un bien público, como una necesidad y un arma para el cambio y la transformación, no sólo de nuestra sociedad, sino del país entero. Para esto se requiere contar con un ambiente y una disposición para la educación y que el magisterio, los educandos, los padres de familia o tutores, las autoridades institucionales, los sindicatos, las empresas, los medios de comunicación, las organizaciones culturales, artísticas y deportivas y los diferentes órdenes de gobierno coadyuven a facilitarla y asegurarla.

“Actualmente, en México existen aproximadamente 44 millones de personas con más de 25 años, de estos, 31 millones aún no han cumplido los 50 años”<sup>17</sup>, y en general su vida productiva se ha desarrollado en condiciones de explotación y baja remuneración, hay una alta tasa de subempleo y la mayoría carece de buena salud.

También existen alrededor de 52 millones de jóvenes, adolescentes y niños que toda su vida ha transcurrido en un ambiente de inestabilidad económica y de cambios tecnológicos y sociales acelerados. De estos 19 millones son jóvenes de entre 15 y 24 años que demandan una educación de buena calidad, pero sobre todo obtener las herramientas necesarias que brinda la educación para aprovechar las oportunidades de desarrollo que brinda el ámbito laboral actual<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx), noviembre, 2011.

<sup>18</sup> Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012.

En este sentido, el gobierno del Presidente Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012) decidió continuar con el Plan Nacional de Desarrollo, sin embargo, el camino por recorrer aún es largo y a pesar de los logros obtenidos hasta hoy, la igualdad de oportunidades para acceder a la educación todavía no se han dado para todos los grupos sociales, especialmente entre los indígenas. Asimismo, la deserción escolar básica es alta, sobre todo en el nivel de secundaria en donde sólo el 76.3% de los estudiantes que ingresan concluyen en tiempo y forma reglamentarias y quienes logran un nivel universitario por lo regular provienen de familias de ingresos medios y altos.

Actualmente la desigualdad educativa en nuestro país es notable, sobre todo en el medio rural y en especial en la población indígena y en cuanto al rezago educativo, éste aún es considerable, pues alrededor de “36 millones de escolares”<sup>19</sup> abandonan la escuela al concluir la educación básica, esto conlleva a enfrentar limitadas oportunidades de desarrollo y progreso social y económico.

Para poco a poco disminuir esta tendencia, se necesita perfeccionar las políticas y los programas sociales tendientes a mejorar la calidad educativa de nuestra nación, ya que en un país con crecientes desigualdades sociales, el fortalecimiento y la transformación de las políticas públicas, es una necesidad inaplazable.

Para ello se necesita:

- Mejorar los niveles de educación y de bienestar de los mexicanos.
- Acrecentar la igualdad de oportunidades.
- Impulsar la educación de mejor calidad para el desarrollo de las capacidades individuales.
- Lograr un desarrollo social y humano en armonía con la naturaleza.

---

<sup>19</sup> [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx), noviembre, 2011.

En concordancia y como resultado de estas necesidades, “el propósito central y prioritario del Plan Nacional de Desarrollo es hacer de la educación, entre otros, el gran proyecto nacional”<sup>20</sup>, en donde se permita tener:

- **Educación para todos:** en donde el reto sea posibilitar el acceso a la educación a todos los mexicanos que la soliciten mediante el Sistema Educativo Nacional; así como multiplicar las oportunidades de educación no formal mediante la enseñanza de diferentes oficios, tratando de atacar el rezago en la población indígena, siempre con respeto a sus culturas. Asimismo, incorporar a la educación preescolar a los niños en esa edad, asegurándose siempre, de que por lo menos, concluyan la educación media superior.
- **Educación de calidad:** una educación de calidad significa atender el desarrollo de las capacidades y habilidades de los educandos que les permita competir por mejores oportunidades y atender las exigencias del mundo actual.
- **Educación de vanguardia:** se requiere formar a profesionistas, especialistas e investigadores de calidad capaces de crear, innovar y aplicar sus conocimientos de tal forma que éstos se traduzcan en beneficios personales y colectivos que permitan a México y su gente enfrentar los retos del siglo XXI y del actual mundo globalizado; además se requiere contar con la infraestructura científica y las herramientas necesarias que le permitan a la población estar en contacto con la información y los conocimientos necesarios para su desarrollo.

“Lograr que el Sistema Educativo Nacional pase de la situación prevaleciente a la deseada no es sencillo ni puede lograrse en poco tiempo. Una administración

---

<sup>20</sup> [www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx)

Federal comprometida no es suficiente, es necesario el esfuerzo sostenido de toda la sociedad. Los cambios deben darse progresiva pero firmemente, con base en programas educativos que comprometan a todos los niveles de gobierno y a todos los sectores del país, es decir, con programas que involucren a toda la población. Iniciar este proceso es un objetivo medular de la acción gubernamental definida en este Gobierno.”<sup>21</sup>

Por lo anterior, la educación cobra mayor importancia al influir en el desarrollo económico, social, cultural y político de nuestro país. Durante la mayor parte del siglo XX, el impulso a la educación tuvo importantes efectos sobre las transformaciones sociales, en particular el apoyo a la educación pública, desde el nivel básico hasta el profesional abrió oportunidades significativas en pro del mejoramiento económico y social de muchos mexicanos. Sin embargo y en pleno siglo XXI, aún existen enormes rezagos en el sistema educativo nacional esto aunado a la falta de oportunidades de gran parte de la población para acceder a los avances tecnológicos e informativos que se están dando a nivel mundial.

Un indicador relevante para entender el problema de la calidad educativa es el que presentan los estudiantes de primaria y secundaria, al momento de obtener los peores resultados en las áreas de comprensión de lectura, expresión oral y por supuesto en matemáticas. Además de la enorme brecha que aún existe entre las escuelas públicas y privadas. La prueba ENLACE que aplica el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) y la Secretaría de Educación Pública (SEP), muestran que la condición socioeconómica de los estudiantes es un factor determinante en el nivel educativo que pudieran alcanzar, ya que las escuelas privadas urbanas, alcanzan mucho mejores resultados que las telesecundarias o las escuelas indígenas rurales.

---

<sup>21</sup> Palabras pronunciadas por el Presidente Felipe Calderón Hinojosa durante la entrega de certificados de becas de retención a los alumnos de los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos, viernes 15 de junio del 2007, explanada Francisco I. Madero, Residencia Oficial.



Esta disparidad en la calidad educativa y eficiencia terminal es de especial importancia, ya que las instituciones públicas de educación básica atienden nada menos que al 87% de los estudiantes, mientras que el 13% restante tiene acceso al sistema de educación privado, en donde además del nivel más alto de aprendizaje, también se tiene la oportunidad de contar con clases extracurriculares como algún deporte, idiomas, manualidades, etc. con lo cual aumentan su bagaje cultural y social.

“El rezago educativo se estima en más de 30 millones de personas entre 15 y 35 años que iniciaron y no concluyeron o que nunca cursaron la primaria o la secundaria. Por su parte, el analfabetismo a nivel nacional es de 7.7%, aunque con notables variaciones en los diferentes estados de la República. Por ejemplo, mientras en Baja California el porcentaje del analfabetismo es de 1%, en Chiapas es de 18.9%.”<sup>22</sup>

“Por otro lado, en las últimas tres décadas el analfabetismo disminuyó hasta el 9.5% de la población total del país; asimismo el promedio de años escolares cursados que en 1970 era de 3.7 para los hombres y 3.1 para las mujeres, se elevó hasta llegar en el año 2000 a 7.8 y 7.1, respectivamente. La matrícula total en el sistema educativo ascendió de 11.23 millones de estudiantes en 1970 a 29.70 millones en el año 2000”.<sup>23</sup>

Asimismo, durante 2006, “el sistema educativo nacional atendió al 73% de la demanda estudiantil existente, lo cual contrasta favorablemente con el 59.7% logrado en 1992. En 2006 la mayor cobertura se logró en educación básica: la preescolar con 66.9%, la primaria con 94.1% y la secundaria con 87%. Actualmente, la educación media superior atiende a cerca de tres quintas partes de los jóvenes de entre 16 y 18 años, es decir, 58.6% y su eficiencia terminal fue 60.1%. Por su parte, la educación superior únicamente capta a uno de cada cuatro

---

<sup>22</sup> [www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx), pp1

<sup>23</sup> [www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx)

jóvenes de más de 20 años de edad. De estos, la gran mayoría, cerca del 94% estudia alguna licenciatura y sólo el 6% cursa algún posgrado”.<sup>24</sup>

No obstante, y a pesar de las cifras anteriores, la igualdad de oportunidades para acceder a los diferentes niveles educativos todavía no se ha logrado para todos los grupos sociales, especialmente para los indígenas. El sistema de educación indígena presenta severas deficiencias en la calidad, lo cual se traduce en bajos niveles de eficiencia terminal y resultados claramente bajos en comparación con los promedios nacionales. Esto se debe principalmente, a la falta de maestros bilingües, al aislamiento y la marginación de las comunidades rurales, entre otros.

“Únicamente como dato, en 1995 el 38.3% de la población indígena mayor de 15 años era analfabeta, lo que equivale a 3.6 veces el promedio nacional (10.6%); asimismo, la mortalidad infantil por cada 1,000 indígenas era de 48.3 niños, mientras que el promedio nacional era de 29 niños. Durante el ciclo escolar 1999-2000 la eficiencia terminal en las escuelas de educación básica indígenas fue de 68.4%, mientras que el promedio nacional fue de 84.7%”.<sup>25</sup>

Sin embargo, el hecho de alcanzar los niveles de escolaridad más altos, no garantiza que los egresados se incorporen, una vez graduados, al mundo laboral, ya que la falta de vinculación entre los estudiantes egresados y el mercado laboral aún es enorme; primero porque las empresas nunca tienen vacantes y cuando las hay solicitan candidatos con experiencia y justamente esto es lo que los jóvenes aún no tienen.

Por otra parte, y no menos importante, tenemos que la infraestructura educativa también presenta atrasos y desigualdades en todos los niveles. Por ejemplo, sólo poco más de la mitad de los planteles de secundaria a nivel nacional se encuentran en condiciones aceptables; “en primaria 14% de las escuelas

---

<sup>24</sup> Palabras pronunciadas por el Presidente Felipe Calderón durante la entrega de becas a los alumnos de los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos, el 15 de junio de 2007 en la Residencia Oficial de Los Pinos.

<sup>25</sup> Ídem, pp 6

presentan cuarteaduras en sus paredes, mientras que las telesecundarias se encuentran en condiciones poco operativas; y la mayoría no cuentan con un salón de cómputo y biblioteca y la proporción de escuelas que tienen laboratorios de física, química y biología es todavía menor”.<sup>26</sup>

La principal riqueza de un país es su gente, es por eso que las naciones que ponen especial atención y trabajo en el mejoramiento de las condiciones de vida de su población se distinguen de las demás. Para lograr esto, se debe poner especial atención en la provisión de una educación con calidad que proporcione armas a los estudiantes para competir en el actual mundo globalizado y cada vez más competitivo.

Para esto, el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 se ha propuesto cumplir los siguientes objetivos:

- Elevar la calidad educativa impulsando el desarrollo de las capacidades y habilidades para entrar sin temor al mundo laboral.
- Reforzar la capacitación de los profesores.
- Actualizar los programas de estudio, sus contenidos adecuándolos a los requerimientos actuales.
- Dedicar más presupuesto a la educación para elevar su calidad.
- Llevar servicios educativos a donde más se necesitan.
- Reducir las desigualdades regionales, de género y de grupo.
- Modernizar y ampliar la infraestructura educativa.
- Dar más becas educativas a los estudiantes de menores recursos económicos para todos los niveles educativos para evitar que por falta de recursos económicos abandonen sus estudios.
- Fortalecer los esfuerzos en la alfabetización de los adultos.

---

<sup>26</sup> [www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/transformación-educativa](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/transformación-educativa)

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012 propuesto por el Presidente Felipe Calderón Hinojosa, establece una estrategia para avanzar en la transformación de México sobre bases sólidas y asume como premisa la búsqueda del desarrollo humano sustentable como motor de la transformación de México en el futuro y para que los mexicanos mejoren su calidad de vida.

Señala la necesidad de despertar en la población el deseo de atender problemas apremiantes como la pobreza, la desigualdad social, el analfabetismo, la falta de oportunidades educativas, la insuficiente generación de empleos, entre otros, que requieren una pronta solución y para los cuales es necesario hacer cambios profundos en la estructura del país.

En cuanto al sector educativo, el PND propone incrementar las oportunidades de la población para acceder a una educación de calidad, y a los avances en materia de tecnología e información, para alcanzar al final del sexenio un promedio de escolaridad de 12.5 años entre la población de entre 15 y 24 años, promedio que actualmente es de 9.7.<sup>27</sup>

También se propone capacitar a los profesores y a los directivos en el uso de las nuevas tecnologías, la investigación y la difusión del conocimiento y actualizar los programas de estudio para que la educación responda a las necesidades cambiantes del sector productivo y de la sociedad y mejore la productividad y competitividad de los mexicanos al insertarse en la vida económica.

Asimismo, propone que los métodos educativos deben reflejar el ritmo acelerado del desarrollo científico y tecnológico y los contenidos de la enseñanza deben incorporar el conocimiento que constantemente se genera gracias a las nuevas tecnologías de información.

---

<sup>27</sup> [www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx)

No basta con saber leer y escribir, es necesario también, combatir el analfabetismo digital, saber utilizar las computadoras y tener acceso a las telecomunicaciones informáticas, así como ser parte de la red para acceder, intercambiar y generar ideas y cultura. Para ello se hará un gran esfuerzo para apoyar la conectividad en escuelas, bibliotecas y hogares y para dotar de computadoras y de las nuevas herramientas tecnológicas a todas las escuelas públicas desde nivel primaria, con especial atención a grupos de comunidades rurales dispersas y comunidades indígenas.

Transformar el modelo de la telesecundaria vigente incorporando nuevas tecnologías y promoviendo un esquema interactivo, la dotación de equipos necesarios, la capacitación de docentes y la modernización de los materiales educativos.

Promover modelos de educación a distancia para educación media superior y superior, garantizando una buena calidad tecnológica y de contenidos para acercar la educación a todos los mexicanos aún en los lugares más apartados. El propósito es convertir la educación superior en verdadero motor para alcanzar mejores niveles de vida. “Actualmente la educación superior en México ocupa el lugar 15 de las 33 naciones de América y El Caribe”.<sup>28</sup>

Impulsar el acceso de los planteles de todo el sistema educativo a plataformas tecnológicas y equipos más modernos, para lo cual se buscarán formas alternativas de financiamiento para permitir a todos los estudiantes el acceso a las tecnologías que los actualicen, eleven sus capacidades y los hagan más competitivos en el mundo laboral.

Ampliar las oportunidades de acceso y permanencia de los jóvenes en el sistema educativo al incorporar las tecnologías de la información y comunicación, así como promover su inserción laboral a través del fomento de competencias y habilidades

---

<sup>28</sup> Ídem

para el empleo, autoempleo, para incorporar a los jóvenes al desarrollo productivo y tecnológico del país para mejorar su calidad de vida.

“La finalidad de la política económica de la presente administración consiste en lograr un crecimiento sostenido más acelerado y generar los empleos formales que permitan mejorar la calidad de vida de todos los mexicanos.”<sup>29</sup>

Finalmente, diré que es impostergable una renovación profunda del sistema educativo nacional para que las nuevas generaciones sean formadas con capacidades y competencias de calidad que les permitan acceder a un mundo cada vez más competitivo y obtener mejores empleos y consecuentemente una mejor calidad de vida que dé como resultado hombres y mujeres mejor preparados para enfrentarse a la vida que reclama el México del siglo XXI.

Una vez analizado el término educación desde su lado jurídico, sociológico, político y económico podemos resaltar la relevancia que tiene la educación para el desarrollo y permanencia de una sociedad. Queda demostrado que lo más importante para que un país progrese y avance, es la educación, pero no sólo la que se imparte dentro de las aulas de una escuela, también la que se adquiere día a día en la cotidianidad de la vida, pero también y no menos importante, a través de la televisión la cual atrapa la atención no sólo de niños y jóvenes, también de adultos y ancianos, hombres y mujeres que muchas veces pasan frente al televisor una gran parte de su tiempo y por ende, se convierten en receptores pasivos de todos los mensajes que se transmiten a través del medio más popular hasta hoy inventado por el hombre.

---

<sup>29</sup> PÁRAMO Gómez del Campo Leonor, Las Tecnologías de Información en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, AMITI, p.5

## 1.5 EDUCACIÓN EN TÉRMINOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es indispensable para lograr una educación de calidad, así como no hay comunicación sin educación. Ambos campos del desarrollo humano son indispensables para transformar la información en conocimientos.

Hablar de comunicación y educación como dos campos separados no tendría sentido en el mundo actual. Hoy más que nunca, la educación necesita ir de la mano con la comunicación, no solo para salir del bache en el que la falta de atención por parte de nuestras autoridades la tiene, sino también, por el vertiginoso desarrollo de la tecnología en este naciente siglo XXI.

La comunicación y la educación son dos conceptos que están íntimamente ligados, es decir, no puede existir una sin la otra, dado que el proceso educativo es un acto en donde el profesor y el alumno participan activamente en la adquisición de nuevos conocimientos, por tal motivo, se plantea que la enseñanza y el aprendizaje son dos procesos inseparables. La enseñanza la lleva a cabo una persona, mientras que el aprendizaje se da en otra y para que esto funcione, debe existir por tanto, un vínculo entre ambos, que es el que se establece mediante la comunicación.

La comunicación educativa permite una interrelación entre los docentes, los estudiantes y la comunidad, estableciendo un ambiente favorable de acuerdo a sus costumbres, que permitan el desarrollo de la personalidad de los individuos que participan.

Por tal motivo, el modelo de escuela al que estamos acostumbrados, debe cambiar y evolucionar al ritmo que requiere el desarrollo social y tecnológico si se

quiere avanzar también en la educación. Lo imperante es modernizar el sistema educativo para adaptarse a la sociedad de la información.

“El error más común que se comete actualmente es pensar que la introducción de nuevas tecnologías en la comunidad educativa (y en cualquier otra comunidad), es la respuesta adecuada frente a las presiones de la sociedad de la información. La “solidaridad digital” y otras expresiones que llevan el pecado original de su sesgo tecnológico, desvían el tema de la comunicación hacia el terreno de los aparatos electrónicos”.<sup>30</sup>

No basta con dotar a las escuelas con la tecnología más moderna y más cara, sino desarrollar en ellas métodos de comunicación que ayuden e impulsen a los alumnos a adaptarse a los desafíos que propone una sociedad cada vez más determinada y modelada por la información y la comunicación audiovisual, la cual hoy en día, la encontramos en cualquier parte y con cualquier persona.

Actualmente, se puede decir que la educación que se recibe de alguna institución como la escuela ya no es determinante en el proceso educativo del individuo, como se creía antiguamente, la escuela ya no es la única que forma al individuo, hoy intervienen diversos factores como la comunicación que se da a través de la televisión, la radio, el cine, y por supuesto y no menos importante, la internet.

“En la medida en que la educación se concibe como un proceso de aprendizaje de toda la vida, no puede sino acudir a la comunicación como su complemento directo, de ahí el rol tan importante de los medios masivos de comunicación en la educación”.<sup>31</sup>

Es por eso que no se debe desviar la mirada de los contenidos de los medios de comunicación, ya que estos influyen directamente en el televidente y

---

<sup>30</sup> [www.escriitores y periodistas.com/num.31/Alfonso.htm](http://www.escriitores y periodistas.com/num.31/Alfonso.htm)

<sup>31</sup> ídem



principalmente en los niños, los cuales, cabe recordar, son nuestro objeto de estudio.

Hablando especialmente de los medios de comunicación, es claro que en nuestro país, la educación que se imparte en las aulas aún está lejos de avanzar al ritmo con el que los medios han evolucionado. El sistema educativo como tal, no admite modificaciones tan rápidas como las que se producen en la sociedad. Asimismo, el modelo educativo que aún se lleva a cabo en nuestro país pertenece al pasado y no puede preparar a los educandos para el futuro.

Sin embargo, no todo es responsabilidad de la escuela como institución, ya que es fuera de ésta en donde se lleva a cabo el proceso de enseñanza y los intercambios comunicacionales que en definitiva determinan los valores, la comunicación es pues, un instrumento privilegiado para sistematizar los conocimientos.

La televisión, como medio de comunicación, tiene más influencia en los educandos que la misma escuela, pero no solamente por su programación y sus contenidos sino como canal de información y comunicación, además es un enorme espacio de influencia en la sociedad.

Por esto mismo, y para ir a la par del vertiginoso desarrollo que ha experimentado la tecnología y en consecuencia la comunicación, lo que se necesita es que la escuela desarrolle instrumentos para una nueva alfabetización comunicacional y audiovisual que se adapte a los tiempos actuales, a nuestra realidad.

“Las escuelas deben cambiar como proyecto educativo y no únicamente en su infraestructura, es decir, no basta con instalar computadoras y tener acceso al internet, no bastan cámaras de video y salones llenos de tecnología avanzada, se necesitan escuelas que promuevan procesos de aprendizaje reflexivo basados en

la experiencia y relevantes socialmente, es decir, insertos en una realidad social más amplia”.<sup>32</sup>

Es urgente llevar a cabo reformas educativas pertinentes que obliguen a los profesores a inmiscuirse en los cambios tecnológicos los cuales a su vez permitan adaptar a las escuelas a las necesidades sociales y de comunicación actuales.

“En la medida en que la educación deje de ser percibida como un producto y se comprenda como un proceso, se acercará más a su potencial de responder a las necesidades de la sociedad. Y precisamente es la comunicación la que puede contribuir en esa evolución, porque la comunicación es también un proceso antes que producto. De ahí que es tan importante establecer entre los propios comunicadores la diferencia que existe entre información (producto) y comunicación (proceso)”.<sup>33</sup>

La educación es un fenómeno típicamente social, que promueve el desarrollo integral de la personalidad de los individuos, asimismo, prepara al individuo para que asuma con eficiencia sus diversos roles sociales, sin olvidar que la educación y la comunicación forman parte de una misma necesidad: abrir la escuela a la realidad y aprovechar las posibilidades que el entorno ofrece para desarrollar una educación significativa en la era de la comunicación si se pretende una educación apta para la contemporaneidad.

De esto se desprende que los estudiantes deben desarrollar las habilidades de comunicación para poderse integrar a su entorno familiar, social, educativo. Las habilidades efectivas de comunicación deben empezar a desarrollarse desde el hogar. Sin embargo, muchas veces sucede que cuando el niño llega a la escuela, los profesores deben suplir deficiencias en este sentido, lo más grave es que muchos profesores no se dan cuenta de la importancia que tiene la comunicación

---

<sup>32</sup> ídem

<sup>33</sup> ídem

y la confunden con información únicamente sin que éste pueda digerirla y asimilarla.

La enseñanza y el aprendizaje son dos procesos que se dan en unidad, es decir, no sirve de nada enseñar si alguien no está aprendiendo. La enseñanza la lleva a cabo una persona, mientras que el aprendizaje lo lleva a cabo otra. Para que esto funcione debe existir por tanto, un vínculo entre ambos, que es el que se establece mediante la comunicación.

Asimismo, la relación entre comunicación y educación es fundamental para dar acceso universal a la información y promover la capacidad de comunicación entre individuos y grupos sociales. La comunicación y la educación son dos ejes muy importantes que convergen con otras disciplinas en el aporte hacia la humanización de nuestra sociedad cada vez más compleja, contradictoria y paradójica. Establecer un vínculo entre la educación desde la comunicación o viceversa, es hacer converger esas dos dimensiones a favor de los intereses de una sociedad en desarrollo como la nuestra.

Toda relación humana es posible gracias al proceso de comunicación, así también la educación es posible gracias a la comunicación. Ambas tienen un vínculo estrecho dentro de la sociedad, ambas cumplen una función específica dentro de la misma, la cual se fundamenta en lograr una sociedad democrática llena de valores y principios morales, haciendo que marche de una manera correcta y que tenga como objetivo su propio desarrollo.

Tanto la educación como la comunicación permiten que los individuos se desarrollen personalmente y consecuentemente la sociedad se desarrolla también. La educación sólo se logra a partir de una auténtica relación personal, para que se dé es necesario que exista comunicación, único fundamento de toda relación educativa. Es decir, todo contacto con el otro debe trascender el dominio de la simple información.

En este sentido, para Freire “la comunicación y la educación son una misma cosa, es decir, no puede existir la una sin la otra, pues para él, el proceso docente-educativo es un proceso comunicativo donde el profesor y el alumno participan activamente en la solución de las tareas y en la adquisición de nuevos conocimientos. Por tanto, aprenden unos de otros durante el proceso. Esto nos indica que a través de la comunicación se va a producir un encuentro entre los sujetos, encuentro que va a trascender en un nuevo saber, en una acción transformadora”.<sup>34</sup>

Desde este punto de vista, la función predominante de la educación es la comunicación y no la enseñanza como tradicionalmente se ha practicado, en términos de aprendizaje de contenidos concretos, desatendiendo el desarrollo de la personalidad de los educandos y su condición de individuos.

Hasta ahora se ha planteado que la comunicación en el ámbito educativo, se ha caracterizado por tomar el modelo de transmisión de la información a través de una práctica docente preminentemente reguladora del comportamiento del educando, contrario a lo que aquí se desea afirmar, es decir, el elemento fundamental de la comunicación en la educación es lo que constituye el diálogo entre los sujetos que participan en el proceso enseñanza-aprendizaje y el que hace que la práctica docente incluya al educando en una relación distinta en la cual los sujetos confronten dialógicamente estructuras de conocimiento en la perspectiva de construir una visión del mundo que incorpore críticamente a ambas posiciones.

Finalmente, podemos afirmar que la comunicación tiene una gran influencia en el proceso docente-educativo, favoreciendo el desarrollo de relaciones interpersonales tanto en el docente como en el alumno permitiéndoles cumplir con

---

<sup>34</sup> <http://manuelalvaolivos.obolog.com/importancia-comunicacion-educacion>; Julio 2011.

los objetivos trazados dentro de la educación, los cuales son llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de la comunicación.

Lo fundamental en esta reflexión sobre la alianza entre la comunicación y la educación, es que cuando se quiebra esa interdependencia, se debilitan las posibilidades de aprendizaje, así como las potencialidades de comunicación.

Una vez que hemos hablado de la educación en sus diferentes vertientes, a continuación revisaremos un poco de la legislación en materia televisiva con el propósito de conocer lo que la ley dice acerca de lo que debiera ser la programación de televisión de los canales que nos ocupan. Esperando, con esto, tener herramientas suficientes para definir lo que es y lo que debiera ser.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN MATERIA DE TELEVISIÓN**

#### **2.1 ¿PARA QUÉ LEGISLAR?**

Antes de empezar a hablar sobre la legislación que rige a los medios masivos de comunicación, quiero mencionar algunos aspectos generales sobre la libertad, la cual finalmente es la que origina que la vida en general se legisle para evita así caer en una total anarquía caótica.

Toda persona busca llegar a un determinado fin en algún momento de su vida; esta finalidad consiste en la obtención de la felicidad o bienestar o algún objetivo previamente planteado o simplemente vivir la vida. Cada individuo al efectuar o pretender realizar su propia felicidad, se forja los fines u objetivos en que, dependiendo de cada persona, puede basarse su bienestar, formación que generalmente es la consecuencia de innumerables factores de distinta índole presentes en cada individuo.

Es así como en la elección de esos fines y los medios para su realización, se pone de manifiesto relevantemente la libertad, cualidad inseparable de la persona que consiste en la potestad que tiene de concebir los fines y escoger los medios adecuados que más le acomoden para el logro de su felicidad.

Esta libertad presenta dos aspectos fundamentales establecidos en razón del ámbito donde se lleve a cabo.

En primer lugar, la selección de objetivos vitales y de conductos para su realización puede tener lugar únicamente en el intelecto de la persona, los cuales si no se llevan a cabo no tienen trascendencia alguna.

En segundo término y como el individuo no se conforma con imaginar los fines y medios respectivos para el logro de su bienestar, procura darles objetividad exteriorizándolos a la libertad, surgiendo así, la libertad social.

La libertad no es absoluta, es decir, no está exenta de restricciones o limitaciones ya que si no existieran éstos en la vida social, traería como consecuencia el caos y el desorden provocando una anarquía en la que los derechos de cada persona se atropellarían constantemente, generando diversas pugnas entre los ciudadanos, es decir, toda sociedad debe estar regida por el orden, por limitaciones coherentes para no caer en la libertad total que tenga como consecuencia conflictos en la vida de la sociedad.

La libertad, siendo un elemento vital para el logro de los fines que cada individuo concibe, ha venido cambiando a través de los siglos venciendo los obstáculos que se le han presentado.

Conocemos que hubo esclavos y hombres libres hasta que un movimiento libertario pudo sentar las bases de lo que hoy día el hombre goza, esta etapa crucial en la historia de la humanidad fue La Revolución Francesa.

Es entonces cuando se proclamó la libertad universal del ser humano, argumentando que todo hombre, por el hecho de ser tal, nace libre extendiéndose así la libertad a todos los individuos.

Cuando el Estado se obligó a respetar la libertad individual y colectiva se convirtió en un derecho público, factor de una relación jurídica entre la entidad política y sus autoridades, de un lado, y por otro los gobernados; trayendo como consecuencia para los integrantes de la misma un derecho y una obligación correlativa, así tenemos que la libertad humana se convirtió en una garantía individual.

En éste sentido, nuestra Carta Magna reconoce la libertad del individuo en sus diferentes aspectos de aplicación, desarrollo e implantación.

Un derecho específico es el que dicta el artículo sexto de nuestra Constitución Política, el cual se encuentra dentro del título primero, capítulo 1, denominado “de las garantías individuales”, y dice así:

Artículo 6º.

*“La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino que en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público, el derecho a la información será garantizado por el Estado”.*<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, reformada por decreto presidencial publicado en el DOF el 10 de junio del 2011



Este artículo consagra uno de los derechos públicos individuales oponibles por toda clase de persona al Estado: la libertad de expresión, de ahí que a la facultad de emitir con libertad el pensamiento e influir decisivamente en la vida social, recibe en forma de garantía la protección de nuestra Carta Magna.

El artículo séptimo se refiere a aspectos concretos del ejercicio del derecho a manifestar libremente las ideas; declara inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia.

Textualmente dice:

Artículo 7o.

*“Es inviolable la libertad de escribir y publicar Escritos sobre cualquier materia. Ninguna Ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o Impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean encarcelados los expendedores, “papeleros”, operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos”.*<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> ídem

Un Estado regido por el Derecho para salvaguardar la libertad de expresión es primordial. Sin embargo, en muchos casos, ésta libertad de expresión influye eficazmente en las decisiones de las personas, afecta su naturaleza y modifica la conducta de miles de ellas por medio de sencillas frases reiteradas en gran número de anuncios, en películas donde se glorifica la violencia y el delito, en comentarios que falsifican la verdad en beneficio de ciertos grupos políticos y económicos lográndose de esta manera fomentar el lucro excesivo, la ciega obediencia política, el gusto por la violencia o por la buena conducta de los ciudadanos por medio de imágenes y palabras contenidas en informaciones comunicadas hábil y persistentemente, de tal suerte que, ante esta realidad y posible expectativa, la Constitución se yergue altiva para patentizar ese derecho, imponiendo la reglamentación de tal libertad. No se concibe otra cosa al permitirse la censura de determinados hechos en programas de radio y televisión que puedan dañar o alterar el orden social.

A través de la historia, la libertad de expresión de las ideas y la información han sido temas de innumerables pugnas y sobre si el Estado o cualquier autoridad debe regularla o restringirla en interés de la verdad y para proteger el bienestar mental y espiritual del individuo y protegerse a sí mismo en su integridad.

Dentro de los medios masivos de comunicación mexicanos se puede hacer referencia al artículo sexto y séptimo de La Constitución Política, aludiendo a la transmisión de escritos por ondas hertzianas o por televisión para ser recibidos por el público en general.

De acuerdo con el espíritu y sentido de nuestra Carta Magna, la radio y la televisión mexicanas tienen absoluta libertad para expresar sus ideas,

pensamientos y posturas y para publicar escritos por propios medios y con las limitaciones que les impone la misma Constitución Mexicana, es decir, que la radio puede llevar hasta el escucha las palabras y las frases que componen una obra literaria, por ejemplo y la televisión puede llevar al teleespectador también la lectura de esa misma obra o cualquier otro escrito por medio de sus cámaras.

Por tanto, el derecho a la libertad de expresar y hacer circular las ideas, se convierte en un medio protector del pueblo, porque se respetarán las opiniones y sugerencias que puedan surgir del mismo, aunque disientan del criterio o ideología de algunos otros. Existiendo polémica, discusión o diálogo, se suscita que los ciudadanos piensen y consecuentemente progresen.

## 2.2 ORIGEN DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA EDUCATIVA

A partir de 1950, año en que se inauguró oficialmente la actividad televisiva en México, el régimen legal ha adolecido de muchas imperfecciones y ha ido dejando enormes lagunas que a través de los años se han ido agudizando o muchas veces se han dejado en el olvido por falta de atención.

Imperfecciones que únicamente se comentaban o discutían a nivel personal dentro del Gobierno Federal o de La H. Cámara de Diputados sin que sucediera algo más. A pesar de que la realidad en cuanto a medios de comunicación se refiere, fuera imprecisa y anárquica.

Cabe señalar que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 73 de la sección III De Las Facultades Del Congreso que:

*“El Congreso tiene facultad:  
XVII. Para dictar leyes sobre vías generales  
de comunicación, y sobre postas y correos,  
para expedir leyes sobre el uso y  
aprovechamiento de las aguas de  
jurisdicción federal”*

Sin embargo, esto no era suficiente ya que en aquella época únicamente se vigilaban las vías aptas para la comunicación y las vías generales, es decir, exclusivamente se regulaban como vehículos aptos para la comunicación, pero no

desde el punto de vista del contenido de su actividad, que lógicamente, es la más importante.

Existía, por tanto, una terrible laguna legislativa en nuestro país en materia de comunicaciones que se había venido subsanando con el paso del tiempo a través de reglamentos que publicaba el Poder Ejecutivo como se iban requiriendo.

Se hizo el primer intento publicando el 30 de diciembre de 1939 La Ley de Vías Generales de Comunicación, la cual no cubría todos los requerimientos que el desarrollo económico, social y en comunicaciones, el país estaba experimentando.

No fue, sino hasta el año de 1959 cuando el Poder Legislativo se dio a la tarea de elaborar esa ley que el México moderno reclamaba. Para tal efecto, el proyecto fue sometido a deliberación en la H. Cámara de Diputados, la cual, en su momento, manifestó:

*“La radiodifusión como vehículo informativo, como medio de expresión del pensamiento y de difusión cultural, es un factor decisivo para contribuir al progreso del pueblo y para estrechar a la comunidad nacional, sobre todo en países como el nuestro que, por su extensión geográfica y la distribución de su población, presenta enormes problemas para incorporar y mantener a un mismo ritmo de evolución a todas las comunidades de su territorio.”<sup>37</sup>*

---

<sup>37</sup> SÁNCHEZ Herrero Santiago, La base legal en revista Nueva Política pp.217

En octubre de 1959 fue turnada para su estudio y dictamen a La Comisión de Industria de la Radio y la Televisión de la H. Cámara de Diputados, la iniciativa presentada el 12 de julio de 1954 por el diputado Juan José Osorio Palacios, conteniendo un proyecto de Ley Federal de Radiodifusión. Sin embargo, y teniendo en cuenta el tiempo transcurrido entre la fecha de la iniciativa mencionada y el momento en que se sometió a estudio, así como la necesidad de legislar también sobre la televisión, se estimó necesaria la redacción de un nuevo proyecto que contemplara todos los progresos que se generaron durante el tiempo transcurrido entre 1954 y 1959.

Hasta ese momento, la radiodifusión mexicana estaba regulada únicamente por los trece artículos del capítulo VI de la Ley de Vías Generales de Comunicación; reformada en su parte relativa por decreto del 30 de diciembre de 1950 y de la que se deriva el reglamento que considera a la propia radiodifusión simplemente como una vía de comunicación, asimilándola a los sistemas de comunicaciones y transportes e ignorando la misión de orientación social y de contribución cultural que, en teoría, le corresponde cumplir.

Se estimó, por tanto, que la legislación que regulara esta importante actividad de interés público, debiera ser especial y autónoma y contemplar íntegramente los factores que reviste.

Finalmente, la Comisión de la H. Cámara de Diputados estimó conveniente realizar un estudio detenido y completo en la materia, y convencida de la urgencia de que México cuente con una Ley de Radio y Televisión, se entregó a la tarea de elaborar, con la colaboración de La Comisión de Estudios Legislativos, el proyecto que somete a la consideración de nuestra soberanía, después de haber hecho una amplia auscultación por medio de consultas públicas en que se escucharon los puntos de vista de los sectores oficiales y privados, que por su íntima conexión con las actividades radiofónicas, así como por su experiencia, estaban en capacidad de brindar aportaciones valiosas.

Es así que después de varias sesiones, discusiones, propuestas y debates, el 19 de enero de 1960 se dio a conocer, a través del Diario Oficial de la Federación, la nueva Ley Federal de Radio y Televisión.

Ley que inicia estableciendo el dominio directo de la nación sobre el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas y establece que tal dominio es inalienable e intransferible.

La exposición de motivos de la iniciativa de la Ley elaborada por la Comisión de la Radio y la Televisión de la H. Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, presidida, en aquél entonces, por el abogado Moisés Ochoa Campos, al referirse a dicha disposición incluida en el Título Primero, asienta:

*“Bajo este título se ha considerado indispensable partir del principio de que la Nación ejerce su soberanía sobre todo su territorio, que incluye al espacio situado sobre él, según lo consagra el artículo 27 constitucional. Es por tanto, la soberanía de la nación y su dominio directo sobre los canales radioeléctricos, lo que constituye la base y el punto de partida de la facultad del Estado para otorgar concesiones y Permisos para su utilización”.*

Resumiendo, podemos decir que según el legislador mexicano, la calidad de “dominio directo” que corresponde al título que el Estado tiene sobre el medio en que se propagan las ondas es una consecuencia de nuestra Constitución.

Una vez dicho lo anterior, entraremos a hacer un análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente que nos permita criticar y hacer evidentes algunas anotaciones que considero no se respetan y otras que ni siquiera se mencionan.

La radio y la televisión mexicanas constituyen no sólo medios modernos de comunicación y diversión, sino que, gracias al avance técnico tan desarrollado y al progreso notabilísimo que han alcanzado, las convierten también en medios eficaces de educación y transmisión de cultura.

A través de tan modernos medios, la educación y la cultura pueden alcanzar los más lejanos e importantes fines, con mucha más economía y ahorro de gastos para el Estado. Por estos medios, la educación y la cultura podrían llegar hasta los menores sin necesidad de que éstos se instalen en un salón de clases.

Su eficacia es tan notable que se podría enseñar con toda facilidad aunque el receptor se encuentre a kilómetros de distancia; asimismo, éstos medios informan al momento en que suceden los acontecimientos, ya sea locales, nacionales o internacionales con una rapidez impresionante. Entretienen y divierten a los radioescuchas y a los televidentes llevándoles música o espectáculos de lo más variado; además la radio y la televisión se han convertido en guía de orientación para el que compra, magnífico medio para el que vende y eficaz vía para la procuración de la salud del pueblo y el fortalecimiento de los más naturales derechos del hombre.

Por todas estas circunstancias, por la influencia poderosa y decisiva que ejercen en la actualidad y sobre todo por lo vital de su contenido, es necesario imponer sobre tales medios la más estricta vigilancia y protección por parte del Estado.

Actualmente, la ley correspondiente señala los rumbos que tales industrias han de seguir, indica los objetivos que han de perseguir y manifiesta los principios



valorativos sobre los que han de desarrollar su labor; sin embargo, no es clara ni precisa en cuanto al contenido que su programación debe cumplir para lograr plenamente su función social que tanto presumen.

No obstante que la ley vigente señala en diversos preceptos los valores sociales que la radio y la televisión mexicanas han de cumplir, es necesario que se hagan algunas reformas a dicha ley, ya que si ésta ha de ir siempre de acuerdo con las circunstancias reales y en determinado momento resulta anacrónica, tiene que reformarse para ser adecuada a la realidad social y así poder sancionar el incumplimiento de ésta función.

Es decir, si la radio y la televisión como ya se ha dicho, se han convertido en medios no sólo de información y entretenimiento, sino de enseñanza y además en una muy extensa ventana para conocer lugares y acontecimientos más allá de nuestras fronteras; así como está comprobado ejercen una poderosa y decisiva influencia en la población, sobre todo en los niños y jóvenes; si se han convertido en un verdadero medio de enseñanza y si los mismos legisladores (quienes participaron en su elaboración) fijaron sanciones para el incumplimiento de las normas que se refieren al aspecto técnico, por qué no establecieron también sanciones para el incumplimiento de su función social y por tanto para el contenido de su programación.

Mientras las autoridades respectivas no pongan un freno a las personas que deciden qué se transmite por la televisión y en qué momento, ninguna reforma educativa por buena que sea, podrá satisfacer las necesidades del país.

### **2.3 ANÁLISIS DE LOS ARTÍCULOS 5, 6, 9, 10, 11, 59, 63, 67 Y 68 ESTIPULADOS EN LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN**

La Ley Federal de Radio y Televisión publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960 y su última reforma publicada en el mismo el 9 de abril de 2012<sup>38</sup>, está conformada por 106 artículos, más siete transitorios, divididos en seis títulos, de los cuales y para seguir la línea de investigación del presente estudio y por requerimientos del mismo, únicamente hablaré de los artículos 5, 6, 9, 10, 11, 59, 63, 67 y 68.

Dicha Ley fue expedida el 19 de enero de 1960 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 28 de enero del mismo año. Diez años después de que se hiciera en México oficialmente la primera transmisión televisiva con motivo del IV Informe de Gobierno del entonces presidente de la República Miguel Alemán Valdés.

Es decir, si se decide legislar a la radio y la televisión después de diez años de haber iniciado sus transmisiones, no ha de extrañar que toda la ley cumpla caprichos y reafirme vicios que han ido arrastrando los dueños de las concesiones de los canales televisivos o simplemente que esté hecha a su total conveniencia.

La Ley Federal de Radio y Televisión asigna las atribuciones correspondientes a las secretarías de Estado que tienen facultades sobre el funcionamiento de la radio y la televisión. También reafirma el dominio del Estado sobre el espacio aéreo y el territorio nacionales. Asimismo, reafirma a la radio y la televisión como medios de interés público y confirma la libertad de información, expresión y recepción que deberían tener.

En general, establecer las condiciones de otorgamiento, revocación, tarifas de concesiones y permisos de transmisión. Aclara también, los motivos por los cuales

---

<sup>38</sup> Hasta 14 de noviembre del 2012 es la última modificación hecha a la Ley Federal de Radio Televisión.

los concesionarios serían acreedores a sanciones, los principios a los cuales deben apegarse las transmisiones y cuestiones de carácter técnico y administrativo obligatorios.

Las secretarías de Estado que tienen facultades para intervenir en el otorgamiento de concesiones son:

- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- La Secretaría de Gobernación

A la primera le corresponde otorgar y revocar las concesiones y los permisos, así como asignar las frecuencias respectivas; a la segunda le compete vigilar las transmisiones en cuanto a su contenido, coordinar el funcionamiento de las estaciones pertenecientes al Gobierno Federal, así como imponer las sanciones que correspondan en caso de incumplimiento de las disposiciones de la mencionada Ley.

Iniciaré el análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión hablando del artículo quinto, el cual establece que:

## **TÍTULO PRIMERO**

### **Principios fundamentales**

#### **CAPÍTULO ÚNICO**

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

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana;
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”<sup>39</sup>

Tales normas, puede afirmarse, constituyen principios fundamentales elevados de moral que los legisladores mexicanos no quisieron pasar por alto, significando con ello la alta categoría que en la vida moderna se le asigna y se espera de la teledifusión, por su gran penetración popular y su extraordinaria influencia social. Sin embargo, encontramos que se trata de normas sin sanción, o más bien, cuyo cumplimiento y observancia se dejan al cuidado y sentido de la responsabilidad del propio emisor.

El artículo sexto establece que:

**“Artículo 6o.-** en relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobierno de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.”<sup>40</sup>

Como se ve, este deber, más no obligación en el sentido jurídico se establece no sólo para gobernados, sino para gobernantes, como un propósito y como una meta, la cual, a través de la programación que actualmente se transmite por

---

<sup>39</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, reformada por decreto presidencial publicado en el DOF 09 de abril de 2012

<sup>40</sup> Ídem

televisión nos damos cuenta que las mencionadas dependencias de gobierno no tienen injerencia alguna para el cumplimiento cabal de éste artículo.

Los legisladores depositan –como ya se mencionó- en cuatro Secretarías de Estado diversas responsabilidades que permitirán que las actividades de la radio y la televisión se lleven a cabo bajo los lineamientos de los siguientes artículos:

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **Jurisdicción y competencias**

#### **CAPÍTULO ÚNICO**

**“Artículo 9o.-** A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por conducto de la Comisión Federal Telecomunicaciones, corresponde:

- I. Ejercer las facultades que le confiere la Ley Federal de Comunicaciones, promoviendo la más amplia cobertura geográfica y de acceso a sectores sociales de menores ingresos;
- II. Promover las inversiones en infraestructura y servicios de radio y televisión en el país, impulsando su desarrollo regional;
- III. Promover la investigación y el desarrollo tecnológico en materia de radiodifusión, la capacitación y el empleo de mexicanos;
- IV. Interpretar esta Ley para efectos administrativos en el ámbito de su competencia, y
- V. Las demás facultades que le confieren la presente Ley y demás disposiciones legales y reglamentarias aplicables.”<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Ídem

A través de este artículo y sus apartados nos podemos dar cuenta que el Gobierno Federal aún tiene el control de las estaciones de difusión aunque sólo sea en cuestiones técnicas, es decir, no se mete en cuanto a los contenidos pero sigue controlando el espacio aéreo por donde viajan las ondas televisivas.

**“Artículo 10.-** compete a la Secretaría de Gobernación:

- I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;
- II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo;
- III. Se deroga
- IV. Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el artículo 59 de esta ley;
- V. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta ley, y
- VI. Las demás facultades que le confieren las leyes.”<sup>42</sup>

En cuanto al apartado I, es interesante anotar que (teniendo en cuenta que esta Ley se publicó por primera vez en 1960) el pensamiento de las personas, la forma de ser, de conducirse, de actuar, de hablar, de vestir, de vivir es radicalmente diferente esa época a lo que hoy en pleno siglo XXI se vive, sin embargo, es claro

---

<sup>42</sup> Ídem

que para algunos preceptos no importan las épocas, la dignidad humana, la vida privada, la moral, los derechos de terceros siempre se tienen que respetar y salvaguardar procurando así, mantener la paz y el orden públicos.

Refiriéndonos al apartado II, que en nuestro caso es el más importante ya que estamos abocados principalmente a la televisión infantil que se hace en nuestro país; es de vital importancia para el sano desarrollo de los infantes respetar y hacer respetar éste apartado y lograr verdaderamente que la televisión realmente, algún día, coadyuve a la educación infantil y deje de ser, como hasta hoy, mero entretenimiento sin más.

En el apartado IV, se menciona el siguiente artículo el cual textualmente dice:

**“Artículo 59.-** Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.”<sup>43</sup>

Este artículo se refiere al tiempo gratuito que el Estado tiene derecho en radio y televisión, el cual es el resultado de una negociación entre los concesionarios privados y el Estado. Al rechazar éstos las proposiciones del Ejecutivo propusieron una opción diferente: pagar el impuesto no en dinero, sino en especie. Es decir, en tiempo de transmisión. Antiguamente el tiempo oficial era del 12.5% del tiempo total de transmisiones. Pero como nos podemos dar cuenta, actualmente son sólo 30 minutos de las 24 horas en las que hay programación.

Si bien es cierto que algunos canales de televisión sí dedican 30 minutos diarios para cumplir con el tiempo obligatorio que al Estado le corresponde, los

---

<sup>43</sup> Ídem

concesionarios deciden en qué horarios transmitir esos programas, los cuales como es de esperarse, los transmiten en horarios en que no cuentan con suficiente público televidente, es decir, de muy bajo *rating*, que por lo mismo no son solicitados por los publicistas ni vistos por los telespectadores.

En consecuencia, es de esperarse que esos programas a los que se refiere el artículo 59, en la mayoría de los casos ni siquiera son conocidos por los telespectadores, es decir, siendo honestos no tiene ningún sentido el apartado IV del artículo 10 de ésta Ley. Pero si de verdad se hiciera cumplir la Ley, sería magnífico que por lo menos esos 30 minutos diarios se dedicaran a reforzar la educación que los niños toman en las aulas, o a darles consejos en cuanto a su salud, a su alimentación, a su cuidado personal, a su sexualidad, etc. pero eso no es importante para los concesionarios de los canales comerciales, simple y sencillamente, porque eso no les genera ninguna ganancia económica.

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

- I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- IV. Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil;
- V. Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- VI. Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participen en las transmisiones;
- VII. Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes;



- VIII. Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal, con apego al artículo tercero constitucional cuando se trate de cuestiones educativas; y
- IX. Las demás que le confiera la ley.”<sup>44</sup>

Refiriéndonos exclusivamente a la televisión comercial de nuestro país, con una mínima mirada que le demos a la programación nos podemos dar cuenta que el artículo 11o. día a día se infringe ya que no existe ninguna constancia de que se promueva u organice la educación formal; además la Secretaría de Educación Pública no promueve, en ningún momento, programas de interés cultural ni cívico ni mucho menos aboga por el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional, es más, lo bueno, lo bonito, lo constante, lo moderno es utilizar extranjerismos.

Los legisladores encargados de elaborar la Ley Federal de Radio y Televisión decidieron otorgar todo el poder de decisión a la Secretaría de Gobernación en cuanto a la administración de los contenidos de la programación transmitida por los medios de comunicación masiva, esto “significa que la radio y la televisión se definieron únicamente como instrumentos de política interna, dejando de lado sus potencialidades como medios de educación informal. Es un hecho que el contenido de los medios masivos de comunicación dista mucho de tener una relación con los objetos de la educación formal, ya que está determinado por las necesidades mercantiles de los grupos industriales o financieros, que como emisores, anunciantes o publicistas, determinan la calidad de los mensajes transmitidos.”<sup>45</sup>

Al inicio del sexenio del Presidente José López Portillo (1976-1982), se dio a conocer la creación de un nuevo organismo rector y operador denominado

---

<sup>44</sup> Ídem

<sup>45</sup> FERNÁNDEZ C. Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Juan Pablos Editor, México 1985, pp 176

Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación quien se encargaría de que la producción de la programación estatal, es decir, que los 30 minutos que le corresponde se realice exclusivamente bajo sus lineamientos; asimismo, centralizar las tareas y obligaciones de la industria cinematográfica, televisiva y radial estatales que hasta entonces estaban en manos de otras dependencias.

Después de ver la gran injerencia que tiene la Secretaría de Gobernación en las transmisiones televisivas, se deja el camino abierto para pensar que la operación de los medios audiovisuales se dirige a lo que las reglas políticas establecen, y no a lo que debería ser su principal objetivo: el aspecto educativo de la población.

La televisión podría ser un excelente transmisor de educación formal e informal, sin embargo, queda claro que ésta se rige por determinadas necesidades mercantiles de los grupos industriales o financieros, que ya sea como emisores, anunciantes o publicistas, determinan la calidad de los mensajes transmitidos.

Puede decirse que existe un divorcio entre lo que formalmente se enseña en las aulas y lo que capta el educando a través de los medios masivos de comunicación bajo el disfraz de entretenimiento y diversión. “Consideramos que los medios electrónicos transmiten una visión del mundo opuesta a la que, al menos en teoría, pretende difundir el Plan Nacional de Educación. Con esto en mente, nos resulta incomprensible que este gobierno haya reducido la participación de la Secretaría de Educación Pública a la simple promoción cinematográfica, de radio y televisión.”<sup>46</sup>

Bajo este análisis, resulta inaceptable que el Gobierno haya dejado el tema del contenido de las transmisiones televisivas en manos de la Secretaría de Gobernación y no en las de la Secretaría de Educación Pública (SEP), como debiera ser por beneficio del proceso de enseñanza de los individuos.

---

<sup>46</sup> Idem, p.178

Se consideró a la SEP como una dependencia secundaria en la operación de medios masivos, cuando su trayectoria en la radiodifusión data de 1924 al fundarse la estación CZE, como emisora oficial de la Secretaría de Educación Pública. Asimismo, se dejó de lado el hecho de que a esta misma secretaría se le asignaron (precisamente pensando en el potencial educativo de los medios) un canal de televisión y una estación radiofónica, que si bien no se han explotado al cien por ciento, se han apartado al menos del patrón mercantil imperante.<sup>47</sup>

En el capítulo tercero donde se habla de la programación que se transmitirá por los canales de televisión, encontramos que:

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **Programación**

**Artículo 63.-** Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Después de leer éstos términos maniqueos, podemos notar un claro espíritu moralizante que los legisladores imprimieron a la ley. Además queda en la ambigüedad el significado de “buenas costumbres” y a mi manera de ver, ni siquiera debieron haber mencionado los términos “creencias religiosas” ya que da pie a discusiones interminables.

---

<sup>47</sup> Idem, p 179

Por otro lado, actualmente es suficiente ver durante poco tiempo la programación transmitida por televisión, para darse cuenta que el artículo 63 es uno de los más violados constantemente y muchas veces en su totalidad. El lenguaje se corrompe, se desvirtúa, se le da doble sentido; las imágenes ya no se cuidan en lo más mínimo; al contrario, se presentan personas semidesnudas o totalmente desnudas; escenas cien por ciento sangrientas, conflictos y peleas a golpes o con palabras altisonantes, esto si hace apología de la violencia y del crimen.

Actualmente, casi todos los noticiarios son amarillistas; los crímenes, los choques automovilísticos, los narcotraficantes, entre otros, son los héroes que encabezan la barra noticiosa. En fin, está más que claro que si se quiere que se respeten las leyes, es necesario actuar con mano dura e imponer severas sanciones que obliguen a los concesionarios a darle un giro total al contenido de su programación en beneficio de la estabilidad mental y emocional de los televidentes, principalmente los niños.

Ahora es cuando la Secretaría de Gobernación debería obligar a respetar la ley, ya que de no ser así, su existencia perderá todo sentido y será igual si está o no está.

Por su parte, el artículo 67 tampoco se respeta en lo más mínimo, éste textualmente dice:

**Artículo 67.-** La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

- I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;
- II. No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

- III. No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades; y
- IV. No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.

**Artículo 59-Bis.-** La programación General dirigida a la población infantil que transmiten las estaciones de radio y televisión deberá:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez;
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana;
- III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños; y
- V. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.

Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.

La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta Ley.

En relación a los dos artículos anteriores, se puede decir que, definitivamente no se acatan en lo más mínimo, ya que en la mayoría de los programas y sobre todo en horario estelar (éste es de las 20:00 hrs. a las 23:00 hrs.), los cortes comerciales son muchos; generalmente la publicidad ocupa una tercera parte o

más del tiempo total de la duración del programa. Asimismo, se hace publicidad a centros nocturnos, cabarets, bares, discotecas, etc. los que en su mayoría, son propiedad de los mismos concesionarios o de los ricos del país. Y por si fuera poco los productos que se anuncian, generalmente exageran sus virtudes y propiedades y casi los anuncian como milagrosos o incitan al consumo de los llamados “productos chatarra”, para lo cual, los niños están súper atentos y deseosos de comprar todo lo que ven anunciado en televisión.

Y por si fuera poco, “la fracción III del artículo 67 es tan sólo un buen propósito ya que ésta fracción no es respetada, al punto que el Estado se ha visto obligado a la creación de una Procuraduría General del Consumidor (PROFECO).

Tanto así, que se vieron en la necesidad de publicar una revista en dónde se dice la verdad de los productos anunciados en televisión. En ésta se han denunciado en un sin número de ocasiones que la publicidad transmitida, entre otros medios, a través de la radio y la televisión, han causado engaño por la falsedad y la exageración de que se valen sus mensajes”<sup>48</sup>

**Artículo 68.-** Las radiodifusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular. En la difusión de esta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad; tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público, los productos que se anuncian.

Como podemos ver, este artículo está muy claro, sin embargo al mirar la publicidad de licores como por ejemplo de la cerveza Corona, Modelo, Victoria, etcétera, que se transmite por televisión nos podemos percatar del incumplimiento de este artículo, ya que después de anunciar la bebida alcohólica, cualquiera que sea, debiera aparecer inmediatamente después alguna publicidad de algún producto que promueva la buena alimentación, lo importante de la nutrición o la

---

<sup>48</sup> CREMOUX Raúl, La Legislación Mexicana, p.65

higiene, sin embargo esto no ocurre. Además, no sólo en los comerciales, también en las películas, en las telenovelas, en las series, en diversos programas se ven constantemente personas ingiriendo bebidas alcohólicas y fumando y esto, se supone, no está permitido por la ley.

Por lo anterior, hacemos notar que la ley es muy restringida en lo referente al papel educativo de la radio y la televisión. No existe un artículo ex profeso para el compromiso cultural, social y educativo, únicamente se menciona de una manera débil la obligación que tienen los medios masivos de contribuir al desarrollo educativo de los televidentes, así como a su salud e higiene, por ejemplo.

La ley se limita a exhortar a los concesionarios en lo que se refiere a la elevación del nivel cultural de la población, sin reglamentar formalmente el deber que la radio y la televisión tienen de fomentar el desarrollo intelectual.

Asimismo, en ningún apartado del ordenamiento se hace referencia del contenido de la publicidad, desde el punto de vista educativo, lo que representa campo abierto para que los anunciantes utilicen todas sus técnicas de venta sin ninguna restricción. Cabe mencionar que estas técnicas inducen a los receptores al consumismo desmedido de bienes suntuarios (producidos casi en su totalidad por empresas transnacionales) que deterioran el consumo familiar e individual de bienes necesarios. Los anunciantes por lo general, no mencionan las verdaderas características de los productos que promueven, más bien los *fetichizan* creando en el receptor una necesidad imperante de lo que anuncian. Por lo anterior se puede decir que no se ha logrado un mecanismo que regule y vigile el tiempo de transmisión dedicado a difundir publicidad, ni el tipo de productos que deben estar presentes en los medios de comunicación, por la influencia social que ejercen.

Como era de esperarse y al percatarse de tantos errores, ambigüedades y omisiones de la ley, no fue sino hasta el 4 de abril de 1973, 13 años después de la promulgación de la LFRyT, que se expidió el reglamento sobre el contenido de las

emisiones en los medios de comunicación concesionados por el Estado a particulares.

Para que esto sucediera, es preciso recordar que, justo cuando iniciaron las primeras transmisiones televisivas en nuestro país, el Lic. Miguel Alemán Valdés era Presidente Constitucional, ocasión perfecta para interesarse en esta naciente industria. Para 1960, cuando se decretó la LFRyT y al dejar éste su cargo presidencial y entrar de lleno al negocio de los medios de comunicación, la redacción del documento se hizo bajo los lineamientos y total acuerdo de los magnates de los medios de comunicación, entre ellos Miguel Alemán Valdés, Miguel Alemán Velasco, Emilio Azcárraga Vidaurreta y Rómulo O'Farril, entre los más importantes.

A los cuales, como es sabido, les importaba mucho más el beneficio económico que lo demás que pudiera pasar. Así y aun siendo Presidente Constitucional Miguel Alemán se promulgaron decretos y acuerdos en donde se manifestaba una evidente forma de dependencia económica e ideológica de nuestro país con los Estados Unidos, es decir, la participación del Estado se redujo únicamente a la administración jurídica y las decisiones en cuanto a operación y contenido le correspondieron a los concesionarios de la incipiente industria televisiva nacional.

Durante el mandato del Presidente Miguel Alemán Valdés se aprueba, además de la ya citada legislación producto de convenciones internacionales, el decreto que fija las normas a las que se sujetarán en su instalación y funcionamiento -no en su contenido- las estaciones de televisión. “El gobierno de Alemán fue decisivo para la expansión y consolidación de esta industria, ya que contó con el apoyo e interés personal del jefe del Ejecutivo”.<sup>49</sup>

El apoyo que Miguel Alemán concedió durante su gestión presidencial al desarrollo comercial de la televisión tuvo, en gran medida, una motivación

---

<sup>49</sup> Op.cit, Fernández Fátima, p.99



personal, ya que en el campo de la jurisprudencia emitió en 1950 un decreto que no contenía lineamientos en cuanto al contenido que debiera tener la programación televisiva, sino tan sólo reglamentos técnicos relativos a la instalación y funcionamiento.

Como hemos visto, la Ley Federal de Radio y Televisión fue redactada en su totalidad para gusto y conveniencia de los dueños de los canales de difusión, ya que les otorga todas las facilidades de transmisión y posesión con un mínimo de requisitos. O simplemente, en algunos artículos, el Poder Legislativo menciona claramente cómo deberían regirse los canales de televisión, sus programas y sus contenidos, qué se debe emitir o qué condiciones se deben cumplir; sin embargo, los concesionarios hacen caso omiso sin ningún recato o preocupación, ya que por medio de algún acuerdo económico o “favores de amigos” se dedican a violar flagrantemente la obsoleta LFRyT emitida en 1960, la cual ha dejado claro que lo ahí expuesto (aún con sus varias reformas) resulta inherente a la realidad social, económica y política de la sociedad mexicana del siglo XXI.

Mientras no se regule el contenido de la programación transmitida por los diferentes medios masivos de comunicación, ninguna reforma educativa, por buena que sea, podrá satisfacer las necesidades educativas del México moderno.

## **2.4 ANÁLISIS DEL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA EDUCATIVA**

La idea de que el Estado Mexicano ejerce un poder ilimitado sobre las industrias de radio y televisión es totalmente falsa y más si se tiene presente que el crecimiento de dichas industrias en ningún momento se ha visto frenado por medidas estatales. Todo lo contrario, el Estado no ha hecho sino contribuir a su acelerado desarrollo. Esto se hace evidente, tanto por la favorable política económica llevada a cabo por los diversos gobiernos bajo los que se ha desarrollado la radio y la televisión, como por la estructura jurídica utilizada por el Estado para reglamentar el funcionamiento de estas industrias.

Como ya vimos, con la Ley Federal de Radio y Televisión que se expidió en 1960, el gobierno ha intentado controlar legalmente a los concesionarios de la radio y la televisión, sin conseguirlo, ya que las disposiciones jurídicas contenidas en la legislación son casi todas disposiciones de tipo técnico o facultativo, con las cuales el Estado ha conseguido ejercer únicamente un papel de administrador, porque jamás ha podido controlar legalmente a ésta industria y sobre todo en el contenido de su programación.

Al pasar los años y al percatarse de tantos errores, vacíos, imprecisiones de los cuales adolecía la ley, el Poder Legislativo de la Nación decidió hasta 1973 expedir un reglamento en materia de concesiones, permisos y contenidos de las transmisiones de radio y televisión que, en teoría, permitiera tener un poco más de control en cuanto a la radio y la televisión mexicanas, lo cual, de acuerdo con la historia, no se ha podido dar; es por eso que bajo el régimen del Presidente Vicente Fox Quesada, el 10 de octubre de 2002, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el nuevo reglamento que vendría a poner un poco de orden en el

terreno de las transmisiones de radio y televisión, aunque la realidad dice todo lo contrario.

Además, 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, en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 se estableció 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 y el enriquecimiento de nuestra cultura y también de la educación de la población, así como la mejora en la calidad de los contenidos para que éstos puedan cumplir adecuadamente su propósito social.

Atendiendo a esto, y revisando únicamente los artículos que se refieren a la actividad educativa tenemos que, textualmente, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión, dice:

## **TÍTULO PRIMERO**

### **Disposiciones Generales**

**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 de 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.

Como sabemos, la educación es una necesidad social en todas las etapas de la vida, para lo cual, la televisión es un excelente medio para lograr que ésta pudiera llegar a todos los sectores de la población, sin embargo, esto no ocurre ya que los concesionarios prefieren la diversión que la educación en sus transmisiones.

**Artículo 9º.-** A la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación compete:

**III.** Regular los contenidos de las transmisiones de radio y televisión;

**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;

**X.-** Promover lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión:

**XV.-** Imponer las sanciones que correspondan por incumplimiento de las disposiciones aplicables en el ámbito de su competencia.

Antes que nada, cabe aclarar que el artículo 9o. está compuesto por 16 apartados, pero únicamente mencioné estos cuatro porque son los que hablan específicamente de los contenidos de las transmisiones y las sanciones aplicables.

Como podemos ver, el tema de los contenidos de la programación televisiva es tan importante que nuevamente el Poder Legislativo, a través de una ley y después de un reglamento hace énfasis en cuidar en todo momento lo que el público televidente ve a través de la televisión, sin embargo, no va más allá de simples líneas escritas en un papel, ya que podemos darnos cuenta que ahora

más que antes, a través de algunos programas televisivos, se sigue violando la ley, ya que se dicen frases con doble sentido, albures, palabras altisonantes, se presentan escenas de sexo, se fuma y se bebe a lo largo del programa, en fin, ni siquiera el reglamento ha logrado que los concesionarios se apeguen estrictamente al cumplimiento de lo que se reclama a través de la ley.

## **TÍTULO QUINTO**

### **Capítulo 1 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.

El tiempo del Estado podrá ser utilizado de manera continua para programas de hasta treinta minutos de duración.

Al parecer no todo es tan malo en los medios de comunicación, ya que ellos podrían decir que si cumplen con esta disposición, y si en efecto, revisando la programación televisiva podremos constatar que si transmiten los treinta minutos de programación requerida, sin embargo, lo hacen cuando a los concesionarios no les afecta en sus ventas, durante los horarios que no son solicitados por los publicistas, durante los horarios en los que la mayoría de los televisores están apagados y que casi no hay público televidente, después de las doce de la noche y durante la madrugada; pero ellos ya cumplieron con el requerimiento impuesto por el Estado.

**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:

**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.

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

Para poder constatar de qué manera se viola este artículo, es suficiente con revisar la programación televisiva que se pasa a partir de las seis o siete de la tarde para percatarse de que se hace todo lo contrario a lo establecido en la LFRyT y en el Reglamento, ya que se pueden encontrar personas peleando en todo momento, crímenes, cuerpos semidesnudos o hasta desnudos explícitos, y lo que ahora ya es muy recurrente ver personas –mujeres y hombres- ingiriendo alguna droga, casi siempre cocaína, y el cigarro, nunca puede faltar.

## **TÍTULO SEXTO**

### **De la propaganda comercial**

**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 es 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.

Quizá hace algunos años si se respetaba esta parte del Reglamento, por lo menos en los horarios en los que se anunciaban las bebidas alcohólicas, sin embargo, actualmente hasta en el horario infantil podemos ver anuncios de cervezas o cigarros y no pasa nada, la Secretaría de Gobernación no interviene en ningún momento y por supuesto que no intercalan información higiénica o de nutrición, es más, ni siquiera ponen el *súper* de “come frutas y verduras”

**Artículo 44.-** Queda prohibida la publicidad referente a:

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

Quizá en este artículo podemos caer en controversia, ya que es muy vaga y muy variante la definición de los términos moral, pudor y buenas costumbres ya que como se dice cotidianamente, cada cabeza es un mundo, sin embargo, actualmente, en nuestra televisión del siglo XXI podemos ver y escuchar temas o comerciales que en la época de nuestros abuelos era totalmente prohibido y hoy ya no nos causa ningún problema o sobresalto.

## 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.

Lo único que esperamos como público televidente y como sociedad, que verdaderamente la Secretaría de Gobernación cumpla su función cabalmente e imponga las sanciones correspondientes a las que se hagan acreedores los concesionarios de los diferentes canales de televisión y estaciones de radio con el propósito de imponer la ley y hacer respetar los acuerdos tomados por el Poder Legislativo de la Nación en beneficio de los miles de televidentes que a lo largo de la historia han capturado.

En este reglamento vemos nuevamente que el perfil educativo, de integración nacional, de difusión cultural, de recreación, de fomento económico, entre otros, de la televisión, se queda únicamente escrito en el papel, ya que la cotidianidad de las transmisiones televisivas son justamente el reflejo contrario de lo que, en teoría, debería ser.

Dicho de otro modo, los medios concesionados han orientado sus actividades, de manera sustancial, a estimular nuestra capacidad para el consumo mercantil desentendiéndose de las facultades creadoras del mexicano.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> CREMOUX Raúl, La Legislación Mexicana, p. 98



## **2.5 VACÍOS EN LA LEY FEDERAL DE RADIO y TELEVISIÓN Y EN EL REGLAMENTO CORRESPONDIENTE EN MATERIA DE EDUCACIÓN Y ALGO ACERCA DE LA LLAMADA “LEY TELEVISIVA”**

Una vez analizados la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) y su respectivo Reglamento, y atendiendo al precepto educativo que se pondera en nuestro trabajo, nos hemos podido dar cuenta que una cosa es lo que está escrito en un papel y otra es la realidad actual en la que están inmersos los diferentes medios de comunicación social, principalmente la televisión, ya que ésta ha llegado a tener tal importancia que muchas veces “la televisión sustituye, de alguna manera, la función materna. Ocupa el lugar central en el diseño del hogar. Es punto de referencia obligado en la organización de la vida familiar. Está siempre disponible, ofrece su compañía a todas las horas del día y de la noche. Alimenta el imaginario infantil con toda clase de fantasías y cuentos. Es el refugio en los momentos de frustración, de tristeza o de angustia. Y, como una madre blanda, nunca exige nada a cambio.”<sup>51</sup>

Si la LFRyT fue creada para regular las transmisiones y los contenidos del medio de comunicación masiva, hasta hoy, más importante, la televisión ¿Por qué no se hace cumplir estrictamente lo estipulado en la Ley? ¿Por qué no se le puede exigir un poco más a la televisión para que a través de su programación coadyuve a la educación de los niños o en lo que en su momento se aprende en la escuela?, ¿Por qué se permiten tantas violaciones a la Ley sin represalia alguna, sin multa alguna o sin cancelación de programas o por lo menos llamadas de atención?

Quizá estas preguntas sean fáciles de responder, ya que si nos vamos un poco atrás en la historia y como ya lo mencionamos, a los concesionarios lo único que

---

<sup>51</sup> FERRÉS Joan, Televisión y Educación, Ediciones Paidós, México, 1994, p.13

les importa es la ganancia económica que le puedan dejar los publicistas y por supuesto que éstos eligen únicamente un cierto tipo de programas para anunciar sus productos y por supuesto que la cultura o la educación no están entre su elección ya que lo han convertido en sinónimo de aburrimiento.

Cabe preguntar cuál hubiera sido la actitud del Estado mexicano si la televisión hubiera surgido en momentos de estabilidad política y no precisamente cuando se sentaban las bases de nuestro actual sistema político.

De haber sido otra la época de gestación de los medios electrónicos y de haberse previsto su poder de difusión, es posible que el Estado mexicano no hubiera confiado parte de la industria cultural al capital privado, nacional y extranjero, siendo este último quien marcó la ruta mercantil a las primeras televisoras.<sup>52</sup>

En algún momento de su redacción, la LFRyT si menciona la obligación de los concesionarios de dedicar alguno de sus contenidos a la educación, a la transmisión de la cultura, a la salud; sin embargo, éstos hacen caso omiso sin ninguna preocupación porque saben que ante cualquier reclamo o sanción el dinero soluciona todo, es decir, que no importa cuántas multas se impongan, los dueños de los canales de televisión pagan lo que sea con tal de continuar con su actividad diaria.

Aquí es importante recordar que desde que se inició la actividad televisiva en nuestro país, los diferentes gobiernos que han pasado y desde el principio decidieron dejar en manos de las Secretarías de Educación Pública, de Salud y de Comunicaciones y Transportes, pero principalmente a la Secretaría de Gobernación (dos de ellas ejerciendo funciones de control y las dos restantes con una participación secundaria, casi mínima) todo lo referente a la actividad de los medios masivos de comunicación. Es decir, si los diferentes gobiernos decidieron

---

<sup>52</sup> FERNÁNDEZ Christlieb Fátima, Los Medios de Difusión Masiva en México, Juan Pablos Editor, México. 1985, p. 173.

dejar en manos de la Secretaría de Gobernación todo lo concerniente a la administración de la actividad televisiva, cabe afirmar que esto significa que la radio y la televisión se definieron únicamente como instrumentos de política interna, dejando de lado sus potencialidades como medios de educación informal, y por qué no, de educación formal.

Es un hecho que el contenido de los mencionados medios dista mucho de tener una relación con los objetos de la educación formal, ya que está determinado por las necesidades mercantiles de los grupos industriales o financieros, que ya sea como emisores, anunciantes o publicistas, determinan la calidad de los mensajes transmitidos. “Puede decirse que existe un divorcio entre lo que formalmente se enseña en las aulas y lo que capta el educando a través de los medios masivos bajo el disfraz de entretenimiento o diversión. Consideramos que los medios electrónicos transmiten una visión del mundo opuesta a la que, al menos en teoría, pretende difundir la Secretaría de Educación Pública”.<sup>53</sup>

Finalmente, y después de lo visto anteriormente en este trabajo acerca de la LFRyT, se puede concluir que ésta fue diseñada al gusto y necesidades de los industriales de la radio y la televisión, y ha garantizado plenamente el carácter comercial de la televisión mexicana. Asimismo, deja constancia de que si alguna vez hubo cierto interés por parte del Gobierno Federal por adquirir cierto poder de decisión en los contenidos y en la actividad de la industria televisiva, ésta se redujo a una tímida participación estatal, que acepta las reglas del juego comercial.

Cabe preguntar ¿Por qué este nuevo intento de reglamentar la actividad de la radio y la televisión cae de nuevo en una plena y total subordinación a los dictados mercantiles de los concesionarios privados? ¿Por qué a estas alturas, en pleno siglo XXI, se permite tener una Ley y por consiguiente un reglamento con un sentido totalmente contrario al anunciado por el Jefe del Ejecutivo y, más

---

<sup>53</sup> Ibidem, p. 178

importante que eso, con un contenido absolutamente opuesto al que requiere el país?

Quizá las respuestas nos hagan regresar al principio de nuestra investigación; cuando se inició la industria de la televisión en nuestro país, se decidió apegarse al modelo norteamericano, el de la publicidad, el consumismo, las ganancias y el dinero antes que cualquier otra cosa, pase lo que pase.

Sin embargo, y después de tantos reclamos, no fue sino hasta el pasado 11 de abril del año 2006 que la Cámara de Diputados aprobó una iniciativa que reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Sin embargo, dicha reforma no fue elaborada por los diputados, sino por la empresa televisora más fuerte del país: Televisa.

Es así que el gobierno federal publicó en el Diario Oficial de la Federación la llamada “Ley Televisa”, nombre no oficial con el que se conocen a la serie de modificaciones hechas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión.

Más concretamente, la Ley Televisa no es más que la plena y total concesión a Televisa y TV Azteca del uso, libre de todo cargo, de un bien público perteneciente al estado mexicano, es decir, esta ley consagra la libre utilización del espacio digital y radioeléctrico a favor del duopolio televisivo. Esta ley ha sido considerada por diversos críticos, el regalo de un bien público a un medio privado y que además fomenta el monopolio y omite la función social de los medios.

Ante esta declaratoria, en mayo del 2007, Sergio Salvador Aguirre Anguiano, entonces ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, afirmó que el artículo 28 de la LFRyTV, que establece el otorgamiento de concesiones, violenta los artículos 1, 25, 27 y 28 de la constitución mexicana, además de que propiciaría

la concentración de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones en manos de los actuales concesionarios mayoritarios, Televisa y TV Azteca, principalmente.

Bajo este esquema y debido al enorme control que han tomado dichas televisoras sobre el mercado, ahora sí se antoja prácticamente imposible que se puedan otorgar frecuencias gratuitas para radio y televisión comunitaria o educativa, como lo dejó ver el ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación Sergio Salvador Aguirre Anguiano, quien declaró que: “en una subasta sería el aspirante con mayores recursos financieros el que resulte vencedor, lo que se traduce en violación al principio de igualdad consagrado en el artículo primero constitucional”<sup>54</sup>

Sin embargo ahora gracias a la controversia constitucional presentada ante la SCJN por un bloque opositor de 47 Senadores de la Legislatura pasada y gracias a las reformas paralelas a la misma Ley que se podrían dar en el próximo período de sesiones ordinario de la Cámara de Diputados (impulsadas irónicamente por Santiago Creel ex Secretario de Gobernación y en su momento impulsor de la reforma), se abre un espacio para que se escuche la voz de la libertad de expresión y se avancen los intereses de la sociedad civil y de la democracia.

Según el proyecto de sentencia del ministro de la Suprema Corte de Justicia, Sergio Salvador Aguirre Anguiano, encargado de la presentación del caso para su votación en el pleno de la SCJN, la ley “propicia la concentración de los servicios de telecomunicaciones, lo que se contrapone a un régimen que asegure una pluralidad de concesionarios que evite la formación de grupos de poder en una actividad que tiene influencia decisiva en la sociedad”.

Como se puede ver, esta ley únicamente le ha dado más poder y por ende el control a las dos televisoras más importantes que actualmente existen en nuestro país (Televisa y TV Azteca) sobre el mercado televisivo.

---

<sup>54</sup> [http://es. Wikipedia.org/Ley\\_Televisa](http://es. Wikipedia.org/Ley_Televisa)

47 senadores de la LIX Legislatura, encabezados por Javier Corral Jurado, Dulce María Sauri Riancho, Manuel Bartlett Díaz, Raymundo Cárdenas, entre otros, interpusieron el 4 de mayo de 2006 una controversia constitucional ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación contra las leyes de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones, con el fin de que fueran declaradas anticonstitucionales total o parcialmente aduciendo que eran violatorias de los artículos 1, 25, 27, y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, proyecto que quedó en manos de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

“Ante esta petición, la Suprema Corte únicamente declaró inconstitucional seis artículos, 16 párrafos y algunas partes de los textos de la ley, además de que se acreditaron omisiones legislativas. Entre lo eliminado de la Ley encontramos al proceso de subasta de las concesiones, el refrendo automático de las mismas, el periodo de 20 años de las concesiones, además de los artículos que permitían la obtención de servicios extras digitales por la misma vía”.<sup>55</sup>

La llamada “Ley Televisa” es el más reciente capítulo de la guerra tras bastidores que Televisa y TV Azteca han hecho para impedir que algunas nuevas empresas incursionen en el negocio de la televisión, más concretamente para impedir que la trasnacional General Electric obtenga un permiso del gobierno federal para desarrollar contenidos y participar en la posible obtención de un nuevo canal de televisión. Son ambos temas, el desarrollo de contenidos y la posibilidad de que existan otras opciones de televisión abierta comercial, los que han unido a Televisa y TV Azteca, rivales comerciales, en la defensa de su más redituable negocio.

Por lo anterior, considero que la reforma de la LFRyTV no sólo favorece únicamente a unos cuantos, sino que obstaculiza el sano desarrollo de la industria televisiva mexicana.

---

<sup>55</sup> [www.javiercorral.org/article](http://www.javiercorral.org/article)

“Con esta reforma me siento como los mexicanos del siglo XIX cuando vieron perder la mitad del territorio a manos de los Estados Unidos, así pienso que nos ha sucedido en parte con estas modificaciones a las leyes de Radio y Televisión y a la Federal de Telecomunicaciones, aunque el espectro se vea algo tan lejano para la gente, aunque sean intangibles las ondas hertzianas, se ha comprometido por muchos años un bien del dominio de la nación que nos pertenece a todos. Nos han arrancado, literalmente y también en otros sentidos, un pedazo de cielo. Lo más trágico de este agravio es que ha sido obra de unos cuantos mexicanos en contra de la mayoría de los mexicanos”.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> CORRAL Juardo Javier, “Un despojo a la nación”, Zócalo, núm. 74, abril de 2006

## 2.6 IMPACTO DE LA LFRyTV EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Contrariamente a lo que se pudiera pensar acerca de que las leyes se hicieron para regular y ordenar nuestro diario vivir y estar a favor de los habitantes de nuestro país, la Ley Federal de Radio y Televisión es lo que menos hace, para ésta su prioridad es satisfacer los gustos y necesidades de los concesionarios de las cadenas nacionales de televisión, concretamente estamos hablando de Televisa y Televisión Azteca, brindándoles para esto, todas las facilidades y concesiones posibles para manejarse a su entera libertad y para su propio gusto y beneficio. Es decir, la Ley Federal de Radio y Televisión impulsa la monopolización de la industria televisiva a través de la llamada “Ley Televisa”.

“Una doble faceta están adoptando Televisa y Tv Azteca, quienes a pesar de que se comprometieron a no bloquear la futura licitación de nuevos canales de televisión abierta a cambio de que se autorizara la fusión en Iusacell, ambas televisoras entorpecen el procedimiento con amparos”.<sup>57</sup>

De acuerdo con la teoría económica, un mercado monopólico es aquel donde existe un solo vendedor que domina por completo la oferta (en nuestro caso de contenidos informativos de la televisión), y donde existen fuertes barreras para que algunos otros concesionarios puedan contar con un canal de televisión y donde además, el monopolista pueda fijar sus precios arbitrariamente (en nuestro caso, imponiendo una programación de acuerdo a su voluntad y conveniencia), pero hablando concretamente de la situación que se vive en nuestro país, Televisa y TV Azteca, han hecho prácticamente un duopolio, ya que éstas dos televisoras concentran el 90% del mercado impidiendo así, la libre competencia y consecuentemente reduciendo la calidad de sus productos y a su vez aumentando el precio.

---

<sup>57</sup> <http://www.lineasbcinforma.com/2012/10/televisa-y-tv-azteca-frenan-tv-digital.html>



De la existencia de esta realidad jurídica anacrónica, surgió durante varias décadas una intensa demanda nacional en todos los ámbitos de la sociedad por reformar la Ley Federal de Radio y Televisión. En este sentido, el surgimiento de dicha inquietud no es un proceso nuevo en el país, pues durante más de 20 años académicos, organizaciones sociales, comunicadores, intelectuales, trabajadores de los medios, legisladores y ciudadanos han propuesto, a través de diversas consultas públicas, foros y propuestas legislativas, una reforma integral a dicha ley, la cual, como ya se mencionó, fue promulgada en 1960 y su primer reglamento expedido en 1973, siendo su modificación más reciente el efectuado el 10 de octubre del 2002.

Sin embargo, a 52 años de su promulgación, se observa la presencia de profundos cambios económicos, políticos, sociales, demográficos, tecnológicos y culturales que han modificado sustancialmente la estructura de la sociedad mexicana y que no han sido contemplados dentro de las formulaciones de la actual normatividad televisiva. Este anacronismo jurídico exige la realización de una profunda reforma legal en éste terreno para adecuarla a la realidad contemporánea, pues de lo contrario se seguirá contando con una industria de la comunicación que actúa con grandes vacíos jurídicos, los cuales les permite a los concesionarios, hacer las cosas a su conveniencia y beneficio sin el mínimo temor a la autoridad viéndose reflejado esto, en la pobre programación que exhiben llena de manipulación, violencia y de una ínfima calidad.

Concretamente, no se puede decir que la LFRyTV haya impactado negativamente en la manera de conducir a los medios de comunicación de nuestro país, simplemente, dicha ley no exige grandes cosas y si en algún momento fuera así, siempre existe alguna manera de solucionar el conflicto o suavizar la situación. Pero todo, por supuesto, en beneficio de los concesionarios.

Si bien es cierto que existe dentro de la Secretaría de Gobernación una Dirección específicamente para observar, regular y en su caso sancionar las desviaciones que se pudieran llegar a dar a través de los diferentes programas de las televisoras ésta no es tan eficiente como quisiéramos dado que obedece principalmente a los intereses de las mismas y prácticamente está sólo por cumplir un requisito. La situación se agravó, como ya vimos, con la promulgación de la llamada “Ley Televisa”.

Como ya vimos, ésta ley no respeta algunos preceptos de la Constitución, favorece a las empresas dominantes de la televisión, dificulta la entrada de nuevos operadores y cierra las posibilidades para que los pueblos indígenas (entre otros) accedan a otras frecuencias. Las inconformidades se reflejaron no sólo a través de marchas, desplegados en la prensa, creación de sitios web, sino también en el ámbito jurídico con una inconformidad presentada ante la Suprema Corte de Justicia por 47 senadores y alrededor de 200 amparos promovidos por emisoras de radio comerciales, radios comunitarias y por municipios indígenas, entre otras acciones. Sin embargo, hasta hoy la situación es la misma y no se vislumbra algún cambio verdadero.

“El gobierno está empeñado en favorecer a las televisoras. La Comisión Federal de Telecomunicaciones y el presidente de la República salvaguardan los intereses de Televisa y Televisión Azteca con una tenacidad que ya quisieran los ciudadanos para que fueran reivindicados los suyos propios. Las convicciones del titular de la Cofetel y del presidente Felipe Calderón, en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, se han mimetizado con la perspectiva de los consorcios mediáticos y de sus propietarios”.<sup>58</sup>

“Emilio Azcárraga Jean y Ricardo Salinas Pliego, y a semejanza de ellos los propietarios de varios emporios de la radio, están convencidos de que las frecuencias que les fueron concesionadas para transmitir televisión les pertenecen y las pueden utilizar a su antojo. Que eso crean –o quieran hacer creer– esos

---

<sup>58</sup> <http://mediocracia.wordpress.com/category/television/>

empresarios y sus empleados, no es de extrañar. El patrimonialismo es defecto casi generalizado de quienes se han enriquecido con facilidad o a costa de los intereses de otros. Pero debiera ser un escándalo que el presidente de la Cofetel, así como el titular del Ejecutivo Federal, permitan que las televisoras dispongan, según su conveniencia, de los canales que recibieron en concesión”.<sup>59</sup>

Por ello, ahora es indispensable realizar una reforma integral a la Ley Federal de Radio y Televisión, de manera que el aprovechamiento de un bien público nacional y limitado como es el espectro radioeléctrico, no privilegie sólo el beneficio económico sino el beneficio social y cultural de la población.<sup>60</sup>

Las actividades de la radio y la televisión son un servicio público y deben por lo tanto atender a las necesidades sociales, promover el desarrollo educativo y cultural, el mejoramiento de la salud y la preservación del medio ambiente, contribuir a un mayor respeto a la pluralidad y la diversidad social, étnica y de género de los mexicanos y al desarrollo de una amplia cultura cívica y de integración nacional.<sup>61</sup>

De aquí, la demanda estratégica de diversos sectores sociales por revisar el actual modelo de información electrónico colectivo que existe en el país, para construir en el proceso de transición a la democracia un nuevo modelo de comunicación nacional que responda a las necesidades comunicativas de crecimiento y bienestar de nuestra sociedad.

Por ello, es urgente que el Congreso de la Unión reforme la actual Ley Federal de Radio y Televisión con una estricta perspectiva ciudadana, pues el Estado y el Poder Legislativo están en seria deuda histórica con la sociedad desde hace más de 4 décadas. Dicha reforma debe considerar como uno de sus aspectos centrales

---

<sup>59</sup> Ídem

<sup>60</sup> [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos4/esteinou\\_j.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos4/esteinou_j.html)

<sup>61</sup> Ídem

crear vías jurídicas alternas para financiar el funcionamiento de los medios públicos, para que éstos cumplan con su responsabilidad ante la sociedad.

Hay pocas industrias que funcionan de manera tan autoritaria como los medios de comunicación: unos cuantos tienen que asumir decisiones sobre los mensajes que serán transmitidos a muchos otros. La posibilidad de difusión reforzada por las nuevas tecnologías, que ya están en aptitud de superar prácticamente todo tipo de fronteras, multiplica el poder de los medios y de esa manera, también, la influencia de sus operadores.<sup>62</sup>

De esta manera y para salvar esta faceta de la democracia, es urgente e imperativo que los legisladores asuman su responsabilidad con el interés general de la nación a través de una revisión y modificación profunda de la ley.

El desarrollo democrático en México depende del ejercicio de la libertad de expresión y del acceso a medios de transmisión que permitan la libre expresión de opiniones e ideas en el país. Las concesiones de radiodifusión se otorgan para prestar un servicio público de radio y televisión abierta, cuyo principal objeto es un fin social "contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana" (artículo 5o. de la LFRYTV). Ese objeto social no debe perderse de vista en la discusión de los posibles usos comerciales del espectro radioeléctrico.

Se agrava el problema con el Decreto que modificó el artículo 16 de la LFRYTV, porque establece que al concluir el plazo de una concesión de radiodifusión, "... podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros. El refrendo de las concesiones, salvo en el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley" Lo anterior significa que 1) dichas bandas de frecuencias estarán excluidas del procedimiento de licitación y 2) no existirá posibilidad de que la autoridad evalúe y determine si pudiera existir un tercero (que bien puede ser el público en general si se determina de uso libre

---

<sup>62</sup> TREJO Delarbre, Raúl. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. Ediciones Cal y Arena, México, 2001, pp 59

esas bandas de frecuencias) que pueda hacer un uso más acorde con los fines sociales. Esto da lugar a un refrendo automático y sin límite al número de veces que los concesionarios de radiodifusión establecidos podrán renovar su título sin que se vean obligados a licitar por el medio de comunicación a pesar de que se cambie su uso; o sin que estén obligados a comprobar que lograron el uso más eficiente del espectro en la prestación de servicios, o simplemente a comprobar que cumplieron sus obligaciones.

Igualmente, el Decreto establece que los plazos de las concesiones "serán de 20 años", cuando anteriormente señalaba la LFRYTV establecía que "no podrá(n) exceder de 30 años". El Decreto le quita al Estado la facultad de decidir si otorga una concesión por menos de 20 años, lo cual restringe a la autoridad en su capacidad de administrar ese recurso ante las necesidades del país y los desarrollos tecnológicos a futuro.

Como referencia, en Reino Unido las concesiones de radiodifusión se dan por cinco años; en Italia por 7 años; en Estados Unidos de América por cinco años; y en Francia por seis años. En este sentido, el plazo de las concesiones por 20 años carece de sustento en la experiencia internacional, con la evolución tecnológica y, más aún, con la rectoría que debiera ejercer el Estado sobre el espectro radioeléctrico.

En relación con los monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones, la Constitución Federal las rechaza terminante. Debido a que cualquier monopolio, práctica monopólica y concentración afecta de manera significativa a la sociedad. Además del principio consagrado en la Constitución Federal de la prohibición de los monopolios y concentraciones y reconociendo que en algunas ocasiones a pesar de dicha prohibición constitucional es posible que se den prácticas monopólicas, la Constitución Federal señala que la legislación debe buscar reducir este tipo de ineficiencias. La regulación en México debe buscar eliminar y no agregar costos a los agentes de mercado que tienen las mayores desventajas para competir y debe buscar otorgar trato similar entre operadores cuando están

prestando servicios similares con recursos similares. Sin embargo se observa que es el propio Decreto que lejos de evitar o combatir las concentraciones, las propicia al establecer las ineficiencias del mercado para favorecer a los concesionarios dominantes en los mercados de telecomunicaciones y radiodifusión.

Permitir que se desarrolle la explosión de servicios de nueva generación en beneficio de unos cuantos concesionarios establecidos y dominantes de forma exclusiva es igual a negar la posibilidad del desarrollo económico del país y perpetuar en México una historia de enriquecimiento de contados grandes grupos a costa del empobrecimiento del pueblo mexicano. En algún momento se tiene que optar por respetar los límites jurídicos señalados en la Constitución Política Mexicana, para restringir el poder económico que tienen los concesionarios dominantes en el mercado y proteger principios de igualdad y no discriminación en esos mismos mercados para admitir una mayor diversidad de proveedores y oportunidades de desarrollo en el país.

Cabe recordar que las telecomunicaciones son el medio por el cual se ejercen derechos fundamentales como el derecho a la información y la libertad de expresión, al mismo tiempo de que son uno de los instrumentos esenciales para la consolidación de la democracia. Los servicios de telecomunicaciones de nueva generación, incluyendo a la televisión abierta, son vehículos de transmisión de comunicaciones privadas y públicas para el México del mañana, de tal forma que su desarrollo también debe quedar protegido bajo principios de pluralidad democrática.

Pero, ¿Cómo era la industria televisiva a nivel mundial y porqué México decidió adoptar el actual modelo que utiliza? A continuación conoceremos qué pasa a nivel televisión en algunos países del mundo.

# CAPÍTULO 3

## 3. LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENSEÑANZA

### 3.1 LA PERSPECTIVA EUROPEA

Ahora, revisaremos cómo se ha desarrollado la industria televisiva en diferentes países del mundo como por ejemplo en Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia y el Reino Unido para entender por qué en nuestro país se decidió seguir el modelo norteamericano y copiarle prácticamente todo su esquema. Iniciaremos con la perspectiva europea.

En la década de los cuarenta, tras el fin de la segunda guerra mundial, la televisión se extendió casi simultáneamente en todas las naciones del mundo. En Europa, desde que se iniciaron las transmisiones televisivas, éstas se dieron bajo el régimen estatal, es decir, el Gobierno manejaba tanto los canales de televisión, como sus contenidos y no existían empresas privadas ni publicidad dentro de ellas.

En Europa, la intervención del Estado en los terrenos de la naciente industria televisiva fue bastante generalizada, puede decirse que, de una u otra forma el gobierno interviene en cada una de las emisoras nacionales, ya sea porque el Estado realiza todas las gestiones de cualquier índole directamente, o bien por participar con su voz y voto a través de compañías estatales.

En general, la participación del Estado aún sigue siendo de mayor importancia, ya sea a través de participación financiera o del nombramiento del personal de dirección o bien de derecho al veto sobre cualquier decisión.

En un principio se quería seguir con los lineamientos que hasta ese momento se llevaban a cabo en la radio, los cuales eran:

- La Comisión Skyes de la Gran Bretaña recomendó que aún cuando el Estado regulara la radiodifusión, no la debería dirigir, por otro lado;
- La Comisión Crowford nombrada también por el Gobierno de la Gran Bretaña, propuso que la radio y la televisión fueran un servicio público de interés nacional, sin fines comerciales.<sup>63</sup>

Sin embargo, en poco tiempo y tras los altos costos que generaban las transmisiones, el Estado no pudo continuar con la operación y funcionamiento que la incipiente televisión demandaba y permitió la entrada a las grandes cadenas comerciales para que de alguna manera hacer autofinanciable la operación de las emisoras. Así surgió la televisión comercial.

La televisión pública en Europa Occidental, se financia básicamente a través de cuatro vías:

1. el pago de un impuesto directo por parte de los propietarios de los aparatos de televisión, denominado *canon*.
2. los donativos públicos provenientes del presupuesto del Estado.
3. los ingresos publicitarios provenientes de la venta de espacios.
4. la venta de programas en los mercados internacionales.<sup>64</sup>

La financiación de las estaciones públicas a través del canon es la base del modelo europeo de televisión. Esta inyección de dinero da a las emisoras

---

<sup>63</sup> FIGUEROA Romeo, ¡Qué Onda con la Radio!, Longman de México Editores, S.A. de C.V., 1996, p.32

<sup>64</sup> Deloitte en [www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com](http://www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com)



independencia respecto a la presión que los anunciantes puedan ejercer sobre los contenidos, al tiempo que obliga a las emisoras a satisfacer, mediante la programación, las necesidades de todos los públicos sin tener en cuenta la “dictadura del rating (medición de audiencia televisiva)”.

Sin embargo, los ingresos que las televisiones públicas obtienen a través del canon, se han estancado en las últimas décadas, debido en primer lugar, a la imposibilidad de mantener las ventas de los aparatos de televisión, así como, la evasión constante de su abono y la inflación de la industria audiovisual.

Por su parte, el ingreso de dinero a través de la publicidad fue tardío, comenzó de forma reciente y tímida en los años 70 y controlado de manera severa por las distintas administraciones gubernamentales. A partir de los años 80 y con la llegada de la televisión comercial privada, la publicidad se convirtió en una fuente de ingresos importante para muchas cadenas públicas.

Si analizamos el panorama actual de las televisiones públicas en la Unión Europea encontramos que hay países que:

- se financian básicamente a través del canon televisivo, como Gran Bretaña, Alemania y los Países Nórdicos.
- Tienen financiación mixta que comprende tanto los ingresos procedentes del canon como los obtenidos de la publicidad, como Irlanda, Países Bajos y Austria.
- Reciben financiación pública, canon y publicidad, como Francia, Italia y Bélgica.
- Reciben la mayor parte de sus ingresos a través de la publicidad y mínimamente de financiación pública, como Portugal y España.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Deloitte en [www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com](http://www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com)

Los cinco mercados europeos con más fuerza y más desarrollados en cuanto a medios de comunicación son: Alemania, Francia, España, Italia y La Gran Bretaña.

La industria de la televisión en cada uno de los países mencionados, miembros de La Unión Europea es la siguiente de acuerdo la página de Internet Tecnología, media y telecomunicaciones. com:

- **Alemania:** en este país existe la mejor relación entre televisión y territorio; en general la relación entre la sociedad civil y el servicio público está muy bien definida; el modelo actual de televisión alemán, a diferencia del resto de los principales países europeos, tiene como principal característica que la mayoría de los sistemas de distribución televisiva son el cable, con una penetración del 56% del total de los hogares que reciben televisión. El cable alemán ha sido tradicionalmente el sistema predominante de distribución de señal televisiva y guarda cierta semejanza con el modelo de cable norteamericano. La televisión pública alemana tiene limitado el acceso al mercado publicitario. El panorama televisivo alemán se encuentra dominado por cuatro operadores televisivos principales, dos de carácter público y dos de carácter privado. La televisión pública en Alemania se financia, principalmente, a través de un impuesto cobrado a todos los hogares que tienen aparatos de televisión llamado canon, y por medio de una participación limitada en el mercado publicitario. Las televisiones públicas alemanas compiten en el mercado publicitario con las televisiones privadas, sin embargo, deben respetar los siguientes lineamientos al momento de emitir publicidad:
  - ✓ No se permite la emisión de publicidad después de las ocho de la noche, los domingos y días festivos.

- ✓ En el resto del horario televisivo de ambas cadenas, está prohibida la emisión de más de 20 minutos de publicidad por hora.
- ✓ Dos de los canales públicos, ARD3 y Kinderkanal, no pueden emitir publicidad.<sup>66</sup>

La televisión pública alemana tiene una serie de obligaciones, resultado del modelo de financiación, entre las que se encuentran principalmente las siguientes:

- ✓ Emitir de forma obligatoria determinados mensajes de utilidad social o de interés para la administración del Estado.
  - ✓ Reservar parte del tiempo total de programación a grupos políticos y religiosos.
  - ✓ Emitir programación de carácter regional.
  - ✓ Retransmitir programas empleando técnicas apropiadas para los sordomudos.
- **Francia:** el modelo televisivo francés está configurado en torno a tres grandes operadores de televisión que aglutinan el 85% de la audiencia total y reciben 90% de la inversión publicitaria destinada a este medio. Por su parte, la televisión pública obtiene su financiación principalmente, de dos fuentes diferentes: del *canon* pagado por los ciudadanos y por la publicidad.
  - **España:** el modelo de televisión en España, actualmente está dominado por la televisión comercial, tanto pública como privada. A diferencia de los modelos de televisión europeos analizados en este estudio, la televisión pública compite de frente con el sector privado por los ingresos publicitarios. Radio Televisión Española (RTVE), es la más grande cadena audiovisual pública que opera en ese país y hasta 1990 fue la cadena

---

<sup>66</sup> Deloitte en [www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com](http://www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com)

dominante en el ámbito televisivo, antes de que entraran los operadores de televisión privada: Telecinco, Antena 3 y la televisión por cable.

- **Italia:** el modelo televisivo italiano tiene como principal característica el desequilibrio existente hacia algunos géneros, ya que la mayoría de las producciones son telenovelas y noticiarios, mientras que otros, como los documentales se encuentran prácticamente abandonados, además se han vuelto dependientes de la importación de entretenimiento foráneo. El mercado medido tanto en términos de audiencia como en términos de inversión publicitaria se reparte prácticamente entre dos grandes operadores:
  - ✓ El operador público Radio Audizioni Italia (RAI), y
  - ✓ El operador de televisión privada Mediaset

La financiación de la televisión pública italiana proviene actualmente de dos fuentes principales: el canon y la publicidad, es por eso que está obligada a cumplir con una serie de obligaciones específicas entre las que se incluyen las siguientes:

- ✓ Emitir de forma obligatoria determinado número de mensajes de utilidad social o de interés para el Estado.
- ✓ Reservar el 5% del total del tiempo de emisión a partidos políticos, sindicatos, religiones y asociaciones públicas.
- ✓ Permitir el acceso a particulares que pretendan difundir programas de relevante interés social, cultural e informativo.
- ✓ Destinar el 20% del dinero que se obtiene por el canon a la producción nacional incluyendo la producción independiente y la adquisición de dibujos animados educativos.

✓ Retransmitir programas empleando las técnicas apropiadas para los sordomudos.<sup>67</sup>

- **Reino Unido:** la televisión inglesa nace ya con una clara voluntad de calidad en los contenidos, que se mantendrá a lo largo de los años. El mercado de la televisión en el Reino Unido es el que más ha avanzado en Europa, además este país actualmente está a la vanguardia en innovación tecnológica y de contenidos en cuanto a la televisión se refiere.

De este país provienen, además de la mejor tradición de servicio público televisivo, las experiencias digitales más avanzadas, los programas más innovadores y los ejemplos más convincentes de cómo la televisión puede mantener y adecuar su relación con los ciudadanos, es decir, su lugar en el panorama mediático de hoy, está inmerso en una profunda y constante evolución.

El mercado de la televisión en el Reino Unido está dominado mayoritariamente por cuatro operadores (BBC, ITV, SKY y Channel 4) que aglutinan más del 80% de la audiencia total televisiva. El mercado publicitario está controlado por tres grandes operadores (ITV, SKY y Channel 4) los cuales reciben el 85% de la inversión publicitaria total destinada a la televisión.

El mercado televisivo inglés se caracteriza igualmente por ser el único país en donde el operador público principal, la BBC tiene prohibida la emisión de publicidad. Dada la importancia que ha adquirido ésta cadena de televisión, desde sus inicios, es que hablaremos un poco más sobre ella.

---

<sup>67</sup> Deloitte en [www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com](http://www.tecnología.media.y.telecomunicaciones.com)

Las primeras transmisiones televisivas fueron realizadas en 1936 por la British Broadcasting Corporation (BBC) quien se convierte en el consorcio más importante, no sólo en su país, sino en toda Europa y es hasta 1945 cuando la televisión penetra en casi todos los países europeos.

La autorización para que la BBC operara como televisión procede de la denominada “Royal Charter” (Carta Real) emitida por la monarquía de aquel país, en ella se establecen las obligaciones adquiridas por su condición de operador público. En ella se establece también, que la BBC tiene ciertas obligaciones con el Gobierno pero éste no la opera ni la controla. Depende de una junta de gobierno designada por la reina, y está financiada por las emisoras inglesas y por Radio Times quien recibe rentas por una guía semanal de programas que distribuye entre el público. La BBC no es instrumento del Gobierno, sino de interés público. La financiación de la BBC es exclusivamente a través del canon cobrado a los propietarios de los aparatos receptores televisivos. La BBC no tiene permitido por ley, la emisión de publicidad. Derivado de ésta financiación pública, la BBC tiene establecidas una serie de obligaciones de servicio público como las siguientes:

- ✓ Emitir obligatoriamente mensajes de utilidad social o de interés para la Administración del Estado.
- ✓ Dar un servicio de calidad que no ofenda el buen gusto o la decencia.
- ✓ Mantener la imparcialidad en la información política.
- ✓ Colaborar en la financiación de la producción europea y británica.
- ✓ Retransmitir programas empleando técnicas especiales para los sordomudos.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Deloitte en [www.tecnología, media y telecomunicaciones.com](http://www.tecnología.media y telecomunicaciones.com)

La implantación de la televisión europea se ha caracterizado desde sus inicios por el establecimiento del binomio Estado-nación y cultura nacional de los diferentes Estados europeos. En Europa el enfoque del sector audiovisual ha englobado algo más que una simple necesidad de garantizar el funcionamiento del mercado, los gobiernos europeos siempre han reconocido la naturaleza específica del sector y su función social.

Si consideramos esta postura respecto a los Estados Unidos, encontramos que éste tiene uno de los mercados más grandes y competitivos del mundo, sin embargo, la perspectiva de los europeos ha sido distinta: en Europa no se ha considerado que la televisión y la radiodifusión sean un sector económico más, los gobiernos europeos han reconocido la naturaleza específica del sector y su función social. Por consiguiente, las políticas europeas van siempre dirigidas a educar e informar al teleespectador, más allá de las consideraciones meramente comerciales.

Sin embargo, el problema de la financiación y la importancia que ha ido adquiriendo la inversión pública han puesto en duda la finalidad formativa que se atribuía al modelo de televisión europeo. Se ha implantado, a través de los años y de la experiencia y la necesidad, un sistema televisivo mixto, en el que han coexistido televisiones públicas con televisiones privadas, estableciéndose entre ellas un sistema de competencia más que de complementariedad. De tal manera que la política europea en materia de comunicación se ha ido acercando cada vez más a una posición económica-empresarial.

En la década de los ochenta, los sistemas televisivos europeos se han reestructurado, pasando de sistemas de monopolio a sistemas mixtos, en los que coexisten el servicio público y el comercial en economías de mercado abierto. En este nuevo panorama televisivo ha empezado a entrar en funcionamiento un elemento que a pesar de presentarse en cada país bajo distintas formas, puede considerarse común: la competencia entre los distintos canales.

La repercusión más evidente de estos cambios se ha dado en la organización y la programación de los canales televisivos públicos, que debido a la enorme competencia en la que se insertan en contra de los canales privados o de paga, siguen las reglas de los índices de audiencia y de la comercialización.

Se considera que esta competencia existente entre los canales públicos y privados ha influido en la creación de una cultura televisiva caracterizada por la superficialidad y que pone en peligro la calidad y la diversidad de la programación de los canales públicos. Esta situación ha propiciado que se abra un debate internacional sobre la calidad en el medio televisivo, en general y en la televisión pública, en particular.

En este sentido, y considerando que la televisión es a veces el único medio de acceso a la cultura y a la información para un alto porcentaje de la población en todo el mundo y que el acceso a la comunicación y a la información es un derecho universal, habrá que demandar a los medios de comunicación el cumplimiento de acciones que potencien la calidad de los contenidos televisivos y que permitan el acceso a su programación a toda la población. Ese derecho a la información hace que se establezca una diferenciación entre el producto audiovisual como mercancía (únicamente para quien la pueda pagar) y el producto audiovisual como servicio público (que acceder a ella no signifique desembolsar dinero por parte del televidente).

Pero más allá de las diferenciaciones, desde la década de los noventa, las políticas audiovisuales que ha ejercido la Unión Europea con sus agremiados han tenido que ir favoreciendo los intereses económicos-comerciales de los mismos países. Se ha impulsado la creación de un mercado interno, se ha fomentado la competitividad, generando así, a través de la publicidad gran cantidad de recursos económicos y se ha generalizado la necesidad de una concientización de la



importancia de conquistar el mercado globalizado, al tiempo que se ha afrontado el desafío digital.

Así pues, el mercado audiovisual en la Unión Europea, aparte de sus intereses comerciales, tiene prioridades como la diversidad cultural, la función como un servicio público y funciones de responsabilidad social. Todos ellos dentro de un marco regulador en el que, si bien, cada gobierno de cada país tiene su propia política audiovisual, la Unión Europea establece directrices de aplicación común, como que cada país, aparte de atender sus necesidades económicas, también debe atender las necesidades educativas, culturales y de comunicación que la población demande.

La tendencia ha sido y seguirá siendo hacia una “europerización” de los medios audiovisuales de comunicación, los cuales quedarán concentrados en un reducido número de grupos de comunicación, con sus correspondientes consecuencias sobre el pluralismo y la diversidad de contenidos. La concentración en manos de grandes grupos traerá consigo ciertas repercusiones sobre el mercado publicitario europeo.

“La futura televisión europea ha de ser un modelo plural, en el que se privilegie el respeto a la diversidad y pluralidad lingüística-cultural-nacional. En lo que a modelos televisivos se refiere, se mantendrá una oferta televisiva general orientada a la televisión familiar, junto a modelos de televisión dirigida a segmentos de población menos marcados por connotaciones localistas y con tendencia a la internacionalización, más bien formados por sectores de jóvenes urbanos y que constituyen un *target* atractivo publicitariamente, pues a pesar de ser grupos reducidos en sus respectivos países, en el conjunto de la Unión Europea se convierten en un importante mercado de consumidores”.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> AGUADO Guadalupe, Retos de la Televisión en Europa, documento publicado por la Universidad Antonio de Lebrija, 2005, p.9

Tradicionalmente, el marco regulador de la radio y la televisión en algunos países europeos como España, se ha construido sobre el concepto de servicio público, justificando, con esto, el interés del Estado por ejercer el control directo sobre la gestión de los medios de comunicación audiovisual con el argumento técnico de los límites del espacio aéreo.

Sin embargo, aún con la aparición en el mercado de la televisión privada y de las nuevas tecnologías (como el cable y el Internet) no se ha modificado la forma de entender la radio y la televisión por parte de los países europeos. El debate sobre la televisión pública aún sigue vivo en toda la Unión Europea.

Más allá de la función de servicio público, en la mayor parte de los países europeos la televisión pública se ha dejado llevar por una programación puramente comercial, en aras de la competencia, es decir, únicamente por tener más público televidente.

Todos los países europeos tuvieron una televisión pública en monopolio durante muchos años y posteriormente dieron entrada a los canales privados, como consecuencia de la presión popular que exigía la ampliación de la oferta televisiva, y por la imposibilidad de impedir la transmisión de programas a través del satélite, acabando, con esto, con la creencia en épocas pasadas según la cual los medios audiovisuales dependían de sectores públicos vinculados al poder político.

Una vez superada la batalla del monopolio televisivo la disputa se centró en la financiación. Ahora son los canales privados los que se oponen a que los canales públicos se financien con publicidad.

En este sentido, hay países como “la Gran Bretaña, Dinamarca y Suecia que se financian exclusivamente del canon televisivo (el canon es un impuesto que se cobra directamente a los hogares que cuentan con aparatos de televisión); otros, como Alemania, Irlanda, Países Bajos y Austria, tienen una financiación mixta, es

decir, con ingresos procedentes tanto del canon como de la publicidad; existe otro grupo de países como Francia, Italia y Bélgica que utilizan la financiación pública, el canon y la publicidad. Otros como España y Portugal utilizan la publicidad con financiación pública o mediante el endeudamiento. Países como Grecia recurren a financiación publicitaria con un gravamen sobre la factura de electricidad”.<sup>70</sup>

El Protocolo del Tratado de Amsterdam prevé el mantenimiento del servicio público de la radio y la televisión como la fórmula para garantizar el cumplimiento de las necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos. Al mismo tiempo, el derecho comunitario otorga las atribuciones a cada Estado miembro para que defina qué es servicio público y cómo debe financiarse. De tal manera que no se imponga ningún modelo, sino que se deje a los Estados un amplio margen para la articulación de un sistema de televisión que corresponda a las exigencias de interés general.<sup>71</sup>

Algunos países europeos proponen la total privatización de la radio y la televisión públicas, mientras que otros son partidarios de obligarlos a la emisión de una programación diferente y complementaria, al considerar que la televisión pública, actualmente, transmite contenidos comerciales a través de financiación pública y posee una gestión deficiente.

Actualmente, los defensores de la televisión pública consideran que uno de los principios básicos que debe desarrollar la televisión pública es la calidad. Se considera que la televisión pública debe estructurarse para estimular la competencia por una programación de calidad, más que por los beneficios económicos y las audiencias; aunque aún se esté muy lejos de definir qué es calidad.

Hoy, la televisión pública se encuentra en una encrucijada para definir un nuevo modelo de televisión para el servicio público con un sistema de financiación que lo

---

<sup>70</sup> Íbidem, p. 14

<sup>71</sup> Íbidem, p 10

libere de la lucha por la tajada publicitaria, así como prepararse para el proceso de transición a la televisión digital.

Los problemas de financiación de la televisión Europea y el peso cada vez más determinante de la publicidad, han puesto en duda la finalidad educativa que se atribuía al modelo europeo de televisión; una finalidad que se ha visto superada por los intereses económicos y que ha provocado el progresivo abandono de los propósitos educativos, culturales y políticos que tradicionalmente tenía la televisión en Europa. El modelo televisivo mixto que se ha ido imponiendo (televisión pública con privada) está lleno de ambigüedades y contradicciones que no les permiten salir a flote con sus gastos y necesidades económicas.

Por otro lado, la propia evolución del mercado televisivo, con la aparición de la televisión privada, el cable y la televisión vía satélite, han provocado una demanda inusitada de productos audiovisuales que la producción europea aún no está en condiciones de satisfacer; es por ello que Norteamérica está aprovechando el terreno y está influyendo culturalmente a través de programas de ficción.

Ante esta situación, la futura televisión europea debe de superar el peso de las costumbres y de las fronteras para articular una relación entre la identidad cultural y el espacio de cobertura de sus productos que den cabida a una política comunitaria que ayude a fomentar la producción y distribución de sus propios productos audiovisuales que contengan un nivel apto para competir en los mercados internacionales, principalmente el norteamericano.

Sin embargo, y a pesar de las marcadas diferencias de las políticas audiovisuales desarrolladas por los diferentes estados de la Unión Europea se habla de un "modelo europeo de televisión" que coadyuve a enfrentar el actual "modelo norteamericano" y también a no olvidar que la televisión europea nace y se desarrolla bajo la primicia de vocación de servicio público, a diferencia del modelo norteamericano de intereses económicos privados.

Todas las televisiones europeas, sin excepción, presentan una evolución histórica común. Todas iniciaron su historia bajo el control estatal de las emisiones, la producción y distribución televisiva, pasando por la problemática común de los años sesenta respecto a la necesidad de nuevas fuentes de financiación (inclusión de la publicidad) y la crisis de los años 70 cuando se dio el conflicto entre el servicio público y la necesidad de conquistar las audiencias, hasta llegar a la aparición de la televisión privada-comercial a partir de los años 80.

En los próximos años, sabremos si el modelo televisivo europeo está destinado a sobrevivir a la revolución digital y a la absorbente fuerza del Internet y a todos los nuevos modelos vía satélite. Mucho de ese futuro depende de la visión estratégica de las empresas televisivas nacionales y sobre todo las públicas y del modo en que las leyes y las decisiones de los gobiernos sepan defender su modelo y potenciar sus fundamentos y sus objetivos.

Muy probablemente el modelo europeo de televisión acabe derivando en una variedad de soluciones organizativas como la televisión pública, privada, mixta, regional, nacional, de cable, de satélite, gratuita o de paga, sin que ello implique disparidad. Ya en la actualidad la tendencia apunta hacia la aparición de cadenas vía satélite capaces de captar el interés de un importante segmento de la audiencia que posee intereses comunes como los deportes, la música, los documentales, los dibujos animados, etc.

Todo hace pensar que el panorama televisivo europeo del futuro será plural. En Europa, en donde originalmente y por muchas décadas prevaleció la televisión “de servicio público”, es cada vez más claro que el modelo imperante será en pocos años el comercial privado, y que en todo caso las televisoras públicas y quienes aún las defienden como útiles e importantes para la sociedad, se encuentran cada vez más en una posición defensiva ante el retroceso forzado por las nuevas tendencias mundiales, fundamentalmente económicas.

## 3.2 LA PERSPECTIVA NORTEAMERICANA

Desde los inicios de la televisión aproximadamente en 1935, su desarrollo y evolución ha tomado un camino en extremo acelerado, únicamente interrumpido por la Segunda Guerra Mundial y por lo cual el gobierno de los Estados Unidos prohibió la fabricación de aparatos televisivos orientando los recursos de la industria electrónica hacia la guerra que en ese momento tenía en jaque al mundo entero.

Concluida la guerra, Gobiernos y los sectores industriales ligados a la televisión volvieron su mirada a la pequeña pantalla pretendiendo una franca recuperación social, económica y tecnológica.

Los años 50 han sido calificados por muchos analistas como aquéllos del despegue total de la industria de la televisión en el mundo puesto que es entonces cuando los servicios regulares de televisión se extendieron gradualmente por las grandes urbes del mundo.

Durante décadas han existido en el mundo dos modelos de televisión aparentemente bien definidos y diferenciados que se conforman inmediatamente después de La Segunda Guerra Mundial:

1. el **modelo europeo** desarrollado a partir de la concepción de que la televisión es un servicio público gestionado por el Estado, cuyo correcto funcionamiento es esencial para la sociedad en su conjunto;
2. el **modelo estadounidense** comercial y privado en el cual el Estado ni gestiona movimientos ni produce contenidos.

De hecho, existen diversas variaciones y “mezclas” de estos modelos en todo el mundo; sin embargo, las interpretaciones sobre cuáles han sido las opciones históricas reales, varían de acuerdo con propósitos y posturas diferentes ante el fenómeno en el cual se convirtió la televisión.

En cuanto al **modelo estadounidense** conformado a lo largo de varias décadas, se basa en la injerencia de empresas privadas y comerciales –denominadas *networks*- que fueron estableciendo cadenas de emisoras a lo largo del territorio estadounidense. Empero, el Estado se reserva un cierto control del funcionamiento del sistema televisivo a partir de la creación y puesta en marcha de La Agencia Federal FCC (Federal Communications Commission).

Fue en los años 50 cuando la FCC dictó una norma clave para la ordenación del sistema audiovisual del país, es decir, puso un límite a la cantidad de emisoras que podía tener una cadena (no más de siete), al tiempo que impidió que éstas fueran productoras de programas (salvo porcentajes mínimos). Asimismo, a partir de esta norma se prohibió que los grandes estudios cinematográficos de Hollywood fueran propietarios de canales de televisión. Sin embargo esto ha cambiado, actualmente prácticamente todas los estudios cinematográficos cuenta ya con uno o más canales de televisión con los cuales, por supuesto aumentan sus ganancias.

En los Estados Unidos el crecimiento económico de la posguerra tuvo su resultado en el crecimiento del número de emisoras, horas de programación y televisores en los hogares. Por su parte, la FCC estableció en 1947 la normalización técnica de todas las emisiones televisivas, lo cual dio lugar al reinicio de la expansión del medio en todo el país.

El sistema televisivo se estabilizó con la presencia de tres grandes cadenas nacionales (NBC, CBS y ABC) conformadas por una emisora master unida a una amplia red de emisoras afiliadas. Estas últimas emiten entre 80 y 100 horas

semanales de programación suministradas por la emisora master y complementan sus emisiones con programación local. Además, no podemos dejar de hacer referencia a la Public Broadcasting System (PBS) una corporación de televisión no comercial fundada en 1969, financiada a través de dinero público (administraciones) y privado (fundaciones, particulares, etc.).

A medida que los servicios de televisión se regularizaron, una vez terminada la guerra, fueron ganando miles de adeptos a diferencia de los otros medios de comunicación de masas (prensa, cine y radio). Asimismo, se perfilaron los dos modos de entender la televisión, mientras que en Estados Unidos la industria televisiva se asentó en redes de empresas privadas y comerciales (como la ABC, la NBC y la CBS), en Europa se optó por el modelo público, nacional-estatal.

La primera emisora en establecer un servicio regular en los Estados Unidos fue la Nacional Broadcasting Company (NBC), subsidiaria de la RCA, en marzo de 1939; sin embargo, el organismo regulador de la radio y la televisión, La Federal Communications Comisión (FCC) autorizó el establecimiento de la televisión comercial hasta 1941, la cual hasta nuestros días es el modelo que impera en Estados Unidos y le genera anualmente millones de dólares.

La televisión como negocio incluye dos grandes apartados, por una parte, la producción y compra-venta de programas y por otro, la venta de tiempo de difusión a anunciantes publicitarios. La televisión privada, basada en el modelo de funcionamiento de la radio comercial, ha tenido su cuna, como ya vimos, en los Estados Unidos sin embargo, se ha extendido rápidamente a todo el continente americano, principalmente a los países latinos.

Por su parte, desde algunos años los investigadores de los medios masivos de comunicación han argumentado que el verdadero negocio de las empresas de televisión es *vender audiencias* a los anunciantes publicitarios, para ello, el *rating*



(nombre que recibe la unidad de medición de audiencia televisiva) es un indicador de referencia central para la definición de las tarifas publicitarias, al asignar un valor al número de personas que ven un determinado programa y que son blanco perfecto de la publicidad transmitida por éstos. De acuerdo a lo anterior, anunciarse en los programas más vistos, suele ser más caro, pues supone para el anunciante una alta audiencia para sus avisos comerciales.

Desde sus inicios, el modelo de televisión norteamericano comercial y de propiedad privada ha imperado en ese país hasta nuestros días, sin embargo, también existen televisoras públicas, culturales y educativas, aunque en menor cantidad, que con grandes esfuerzos tratan de tener una buena programación acorde con sus lineamientos preestablecidos

Es paradójico que durante el siglo pasado, cuando en el resto del mundo ocurría un retroceso más o menos acelerado de la televisión pública, en Estados Unidos ésta emergía de una crisis aguda que sufrió durante los años 70, hacia una mayor consolidación, sin dejar de ser minoritarios, claro está, y en todo caso complementariamente subordinados con respecto a la televisión comercial.

A pesar de la situación de estancamiento en la que históricamente se ha desenvuelto la televisión pública norteamericana, no han sido pocos los logros en varios aspectos, desde la programación hasta la tecnología utilizada. De ahí, la necesidad por establecer y consolidar en ese país una televisión pública pero no gubernamental, con pretensiones de independencia de los poderes político y económico, y con ciertos logros importantes, algunos incluso espectaculares como el conocido programa *Plaza Sésamo* producido por la compañía Sesame Workshop y transmitido por la cadena televisiva Network, el cual se ha constituido en prototipo de televisión educativa infantil en todo el mundo debido a su gran penetración y aceptación en la población infantil. Su primera emisión en Estados Unidos fue el 10 de noviembre de 1969 y desde entonces se ha transmitido en una

gran parte de países y en varios idiomas, convirtiéndolo así, en el programa para niños más duradero de toda la historia de la televisión.

El antecedente directo de la televisión pública estadounidense fue constituido por la radio y la televisión educativas. Las primeras licencias otorgadas en Estados Unidos para televisión educativa, eran de carácter comercial, por lo que al desarrollarse la industria, estas licencias adquirieron valor agregado, lo cual les permitió cotizarse bien y ser adquiridas por empresas comerciales.

En general, las políticas públicas con respecto a la radio y a la televisión, primero educativas y después públicas en Estados Unidos, han sido mínimas, pues siempre ha prevalecido el interés por la explotación comercial de los medios electrónicos.

Por otro lado, y a pesar de haber interés por parte de diversas universidades, entre otras entidades escolares y otros grupos, por iniciar la televisión educativa, en 1953 solamente una estación pudo entrar al aire, la KHUT de La Universidad de Houston, considerada la pionera. Por su parte, desde 1952, La Fundación Ford se interesó en proporcionar ayuda a la televisión educativa, otorgando fondos para construcción y apoyando el establecimiento de un centro de producción, que se denominó Nacional Educational Televisión (NET), en Nueva York. Otra fuente importante de ayuda para que se establecieran estaciones educativas fue la misma televisión comercial. Es decir, que las grandes estaciones comerciales ayudaban financieramente al establecimiento de televisoras educativas en las plazas que operaban para impedir que en su lugar se instalaran competidores comerciales.<sup>72</sup>

Aquí, es importante subrayar que desde el principio, la televisión educativa norteamericana se desarrolló a partir de iniciativas, movilizaciones y apoyos de grupos de la misma sociedad civil y no tanto por iniciativas gubernamentales. En

---

<sup>72</sup> Revista Comunicación y Sociedad, núm. 12, mayo-agosto de 1991, p.36

general, la mayoría de las televisoras públicas en Estados Unidos realizan campañas para solicitar donativos para poder seguir con sus operaciones obteniendo, por lo general, una buena respuesta por parte del público telespectador.

Sin embargo, las contribuciones de los televidentes no eran suficientes, por lo que la televisión educativa empezó a sufrir carencias y limitaciones y a depender cada vez más de las contribuciones gubernamentales, de tal manera que no se pudo construir una verdadera alternativa frente a la televisión comercial que crecía acelerada y exitosamente no nada más en Estados Unidos, sino casi en todo el planeta.

“El Congreso Norteamericano, por la ideología predominante de desconfianza por cualquier proyecto que se basara en el financiamiento o el control gubernamental, estableció en un decreto de 1962 la condición de que el gobierno federal otorgara un dólar por cada dos que se obtuvieran por otras fuentes, con lo cual buscaba que la televisión y la radio educativas no dependieran demasiado del financiamiento federal”.<sup>73</sup>

Esta ley estableció el primer mecanismo de ayuda financiera federal a la radio y la televisión no comercial, la cual había recibido previamente fondos federales mediante programas de asistencia educativa.

Durante los años sesenta, y a pesar de los diversos intentos por organizar las estaciones educativas de televisión, de no haber sido por un continuo apoyo por parte de La Fundación Ford, posiblemente la televisión educativa a nivel nacional en Estados Unidos hubiera acabado sus transmisiones por falta de soporte económico. Era claro que había que buscar una forma de financiación alternativa que permitiese sobrevivir a este tipo de producciones.

---

<sup>73</sup> Íbidem, p. 38

Actualmente, es claro que la televisión pública no compite en lo más mínimo con la televisión comercial de los Estados Unidos, ésta no ha dejado de ser minoritaria y subordinada con respecto al capital privado y también es claro que su supervivencia cada día es más difícil, ya que la mayoría de las empresas privadas que pudieran invertir en televisión, lo hacen siempre esperando como siempre, la ganancia monetaria que únicamente les genera la televisión comercial.

La televisión en Estados Unidos es casi en su totalidad comercial; es cierto que, como ya vimos, la televisión pública se ha desarrollado, aunque con dificultad principalmente en sus inicios, sin embargo, la televisión comercial, la cual vive y se mantiene exclusivamente de la publicidad, acapara casi el total de la audiencia norteamericana.

A la televisión comercial-privada que actualmente opera en los Estados Unidos (a decir verdad, desde que nació), no le interesa en lo más mínimo contribuir en la educación de la población o difundir la cultura o estimular la participación de los ciudadanos en la vida política, únicamente tiene como objetivo obtener el máximo beneficio económico, la mayor cantidad de ganancias posibles. Su objetivo principal es entretener a los telespectadores y nada más.

Por lo anterior, la televisión estadounidense se ha convertido a lo largo de los años en el modelo más próspero en el mundo, económicamente hablando, y además el modelo a seguir por casi todos los países capitalistas del mundo entero.

Los sistemas estadounidenses de comunicación social que operan en el seno de la economía más vasta y poderosa del mundo occidental, consecuentemente y gracias a éste detalle, en nuestro caso, la televisión de los Estados Unidos tiene el privilegio de ser extremadamente próspera, esta riqueza les permite producir mucho y muy bien y poder exportar sus productos a todo el mundo para constituirse como la primera gran potencia comercial.

La televisión de los Estados Unidos es la más importante y rica del mundo, porque pertenece a la nación más poderosa del planeta y porque además exporta casi todas sus producciones audiovisuales a casi todo el mundo, principalmente al bloque occidental y a una buena parte de los países llamados del tercer mundo. Esta televisión es diferente a las otras, ya que no ha nacido sobre el principio del servicio público, sino sobre el principio del máximo beneficio económico que finalmente es el que interesa si se trata de sobrevivir como medio de comunicación masiva.

Finalmente, podremos decir que el ingreso de dinero proveniente de la publicidad en la televisión es el principal sostén de las cadenas televisivas y, hoy por hoy, de muchas televisiones públicas en el mundo y al cual, nadie renunciaría tan fácilmente. Gracias a este pequeño detalle de las ganancias surgidas de la publicidad es que los modelos europeo y norteamericano han acabado curiosamente por coincidir.

Cabe mencionar, además, que actualmente la televisión ya no opera aisladamente, su negocio va más allá de los canales televisivos, tan poderosa es la publicidad que ya no sostienen únicamente a la televisión sino a otros negocios. Ahora lo más nuevo son los grupos multimedia, es decir, estamos en la era de los **negocios cruzados**, esto es, que un grupo no sólo es dueño de uno o varios canales de televisión sino que ahora éstos han incursionado en la radio, en las revistas, los periódicos, hasta cadenas de hospitales, hoteles, telefonía celular, internet, entre otros, ahora sus ganancias, su poder, penetración y alcance se han diversificado a tal grado que ya no es exclusivo para Los Estados Unidos o algunos países poderosos de Europa, también México y América Latina cuenta con sus exclusivos Grupos Multimedia.

### 3.3 LA INFLUENCIA PARA MÉXICO

Desde que en 1950 la televisión nació oficialmente en nuestro país, durante el gobierno del Presidente Miguel Alemán Valdés y debido en gran parte a las influencias de carácter económico y cultural y en menor medida también políticas por parte de nuestros vecinos del norte, Los Estados Unidos, su postura siempre estuvo más que clara y definida en cuanto al modelo de televisión que se adoptaría en nuestro país, se seguiría el modelo comercial, publicitario y de propiedad privada que éstos últimos habían llevado tan exitosamente.

“En octubre de 1947, Salvador Novo y el Ing. Guillermo González Camarena viajaron a los Estados Unidos y Gran Bretaña comisionados por el gobierno de Miguel Alemán Valdez para observar y estudiar la televisión con la mira de allegar argumentos imparciales y objetivos a propósito de si cuando ella viniera a México debía ser comercial y de empresa privada como en Estados Unidos o de Estado, como en Europa.”<sup>74</sup>

El objetivo específico de la comisión era conocer los dos sistemas de televisión que en ese momento operaban en el mundo, y a partir de los resultados expuestos por Novo, definir cuál sería el más conveniente para nuestro país y así normar la postura gubernamental frente al entonces novedoso medio de comunicación electrónica que poco a poco inundaría los hogares de México y del mundo.

Al regreso del viaje, Salvador Novo explicó con lujo de detalle al presidente Miguel Alemán el funcionamiento de los dos modelos de televisión, sin embargo, él mismo dijo meses después de su llegada de ese viaje que, independientemente

---

<sup>74</sup> GRANADOS Chapa Miguel Ángel, Examen de la Comunicación en México, Ediciones El Caballito, segunda edición, México, 1981, p.39.

de lo que informó, el gobierno optó por dejar a la incipiente industria televisiva en manos de la iniciativa privada al igual que en Estados Unidos.

El gobierno de Miguel Alemán fue decisivo para el crecimiento y consolidación de la industria de la televisión en nuestro país; así como fue notable, en esa época, la aguda dependencia económica de nuestro país con respecto de los Estados Unidos, lo cual les hizo decidir sin titubear que la televisión mexicana estaría en manos y bajo el dominio de la industria privada, la cual ya para ese entonces, manejaba también la radio nacional.

A partir de entonces, se fue desarrollando en México un modelo de televisión comercial-privado con mucho éxito, principalmente para sus dueños, al que algunos años después, se agregaría la televisión estatal, lo que fue bautizado por el mismo Alemán Velasco –hijo del presidente Miguel Alemán-, como “la fórmula mexicana” donde conviven televisión privada y televisión estatal bajo el régimen de la llamada “economía mixta”, pero con un claro predominio de la televisión privada.<sup>75</sup>

“Es fácilmente perceptible que, hoy en día, el Estado participa en la televisión de dos modos: por medio de sus propios canales (el canal del Congreso, por ejemplo), y utilizando los canales comerciales concesionados para efecto de su propia difusión. En uno y otro caso se encuentran subdivisiones: dentro de los canales operados directamente por el Estado, unos funcionan bajo un estatuto legal y administrativo típico de la televisión pública, mientras que otros se manejan con criterios semejantes, por lo menos en la forma, a los de la televisión privada. Y en lo que se refiere a la televisión estatal difundida por los canales comerciales, el tiempo de transmisión correspondiente proviene del ministerio de la ley (particularmente la federal de radio y televisión), o de fuentes fiscales.”<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> ZARUR Osorio Antonio E., El Estado y el Modelo de Televisión Adoptado en México: el Salinismo, Gestión y Estrategia, versión para Internet.

<sup>76</sup> GRANADOS Chapa, op cit, p.38

Así fue como se definiría el modelo que seguiría la naciente televisión mexicana, la cual inició su historia formal el 31 de agosto de 1950 inaugurando el Canal 4 de La Ciudad de México, siendo éste, el primer canal comercial de televisión en México y en América Latina; un día después, el primero de septiembre de ese mismo año, se transmitió el primer programa de televisión con la lectura del IV Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán Valdés, a través de la señal de la XHDF-TV canal 4 perteneciente a la familia O’Farril.<sup>77</sup>

Por su parte, el 21 de mayo de 1951 la XEW-TV canal 2 inició oficialmente sus transmisiones, canal concesionado al entonces magnate de la radio Emilio Azcárraga Vidaurreta. Asimismo, el 18 de agosto de 1952 también inició sus transmisiones la tercera estación de televisión en México, la XHGC canal 5, concesionada al Ing. Guillermo González Camarena.

Es así como el 26 de marzo de 1955 nace Telesistema Mexicano, S.A de C.V. con la fusión de los canales 2, 4 y 5. La creación de Telesistema Mexicano permitió unificar en una sola entidad el poder económico de Emilio Azcárraga Vidaurreta y Rómulo O’Farril con la capacidad técnica del ingeniero González Camarena.<sup>78</sup>

En diciembre de 1972 se fusionan las empresas Telesistema Mexicano operadora de los canales 2, 4, y 5 y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del canal 8, dando paso a la naciente Televisión Vía Satélite, S.A (Televisa) iniciando oficialmente sus transmisiones el 8 de enero de 1973.

---

<sup>77</sup> TREJO Delarbre, Raúl (coordinador), Televisa: El Quinto Poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1987, p.24

<sup>78</sup>Trejo Delarbre Raúl (coordinador), Televisa el Quinto Poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1989, p.26



Consolidándose así, el más grande imperio comercial de la televisión de habla hispana en el mundo.

Con el nacimiento de Televisa se inicia la operación del monopolio más grande que jamás haya existido en nuestro país, en cuanto a medios de comunicación se refiere. Televisa nace con una orientación básicamente mercantil y adopta inmediatamente el modelo comercial-privado estadounidense, el cual hasta nuestros días le sigue generando millones de dólares de ganancias. Gracias a esto, Televisa se ha convertido en la empresa privada de televisión más importante de habla hispana, así como, en uno de los centros de negocios más grande del mundo, en el campo de la comunicación, ya que además de canales y programas de televisión, desarrolla amplias actividades en radio, prensa y ediciones especiales o espectáculos y eventos deportivos.

Pese a esto, el Estado inició su participación en el manejo de su propia televisión, si bien lo hizo de un modo particularmente tímido. Cuando ya habían iniciado sus operaciones los tres canales comerciales que dieron pie al monopolio privado en esta materia, el 15 de diciembre de 1958 comenzaron las transmisiones de Canal 11, confiado al Instituto Politécnico Nacional. Dotado de una señal particularmente débil, visible en un número muy reducido de telehogares, esta primera difusora de televisión estatal ha tenido que desenvolverse en un nivel artesanal, en contraste con las enormes inversiones industriales de la televisión comercial.<sup>79</sup>

Es precisamente en 1972, el mismo año en que se crea Televisa, que el gobierno de Luis Echeverría adquiere La Corporación Mexicana de Radio y Televisión (CMRT), concesionaria del Canal 13, e inicia en nuestro país la operación de la televisión estatal dirigida directamente desde el interior del gobierno federal. Desgraciadamente, el manejo de esta televisora por parte del gobierno, era un verdadero caos y no alcanzaba ni siquiera el mínimo de televidentes para poder

---

<sup>79</sup> GRANADOS Chapa, op cit, p.41

continuar con sus transmisiones, además durante ese periodo, se ve obligada a autofinanciar sus operaciones lo cual la lleva a una inminente comercialización.

No fue, sino hasta el 18 de julio de 1993 y después de permanecer más de 20 años bajo la administración del Estado, que el Canal 13 pasa nuevamente a manos del sector privado con la venta de la concesión al empresario Ricardo Benjamín Salinas Pliego propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. Dando paso a lo que hoy conocemos como Televisión Azteca.

Una vez más, la televisión en nuestro país vuelve a estar bajo el poder de la iniciativa privada. Las dos grandes cadenas de televisión mexicanas Televisa y Televisión Azteca son el más claro ejemplo de que lo único que importa, como en el modelo estadounidense, es la mercadotecnia, las ganancias, la publicidad, lo más que se pueda vender, no importa a quien ni a qué costo, lo que importa es vender.

Sin embargo, y pese a diferentes intereses comerciales que detienen en algunos momentos al Estado para utilizar los canales en beneficio de la cultura y la educación de los mexicanos, se dieron algunos intentos que en su momento tuvieron éxito y respuesta por parte de las autoridades gubernamentales, como por ejemplo, se inicia en nuestro país la telesecundaria mediante la transmisión en circuito cerrado de la serie “Yo puedo hacerlo”, la cual constó de 82 programas. Para 1968, la telesecundaria empezó a difundirse de manera abierta a través del canal 5 llegando a repetirse en ocho entidades de la república mexicana.

Durante el gobierno de José López Portillo y como una prueba más de la injerencia del gobierno en los medios de comunicación, concretamente la televisión, se creó un organismo denominado Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) bajo cuya responsabilidad queda el manejo de los recursos que el gobierno destinaría a ese rubro. 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) quedan a cargo del nuevo organismo.<sup>80</sup>

Mención aparte merece la creación del Canal 22 del Distrito Federal, el cual inició sus transmisiones el 15 de abril de 1982 en la frecuencia de UHF y bajo la administración del organismo estatal denominado Televisión de la República Mexicana (TRM). A pesar de que venía operando con cierta regularidad, el 23 de junio de 1993 se transformó en emisora cultural tras la petición en 1991 por parte de un grupo de 800 intelectuales mexicanos que publicaron en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se destine, en cambio, a la difusión cultural. Cabe señalar que hasta hoy continúa al aire con cierto índice de audiencia y sin ninguna publicidad comercial.

A diferencia del Canal 11, que opera bajo el régimen de permiso, el Canal 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana. S.A. de C.V. En efecto, a simple vista aquí tenemos una paradoja en cuanto a la publicidad de los dos canales, es decir, que mientras que el Canal 11 opera bajo el régimen de permiso tiene patrocinadores que pagan por esos espacios y por otro lado tenemos que Televisión Metropolitana (Canal 22) se dice ser una sociedad anónima no tiene patrocinadores ni publicidad en su programación al parecer el gobierno se encarga de ello.

Pese al esfuerzo realizado por el Gobierno Federal por tener aunque sea un poco de control sobre la televisión, sus transmisiones y sus contenidos, con el pasar de los años y el ir y venir de los diferentes gobiernos, no ha sido posible consolidarse como líderes en el ramo, aún la iniciativa privada sigue ganando el mercado y la competencia, si es que a ello se le puede llamar así.

---

<sup>80</sup> GRANADOS Chapa Miguel Angel, Examen de la Comunicación en México, Ediciones El Caballito, segunda edición, México, 1981, p.30.

Por otro lado, el modelo de televisión adoptado en México, privilegió el manejo comercial como la alternativa a seguir y hoy los concesionarios privados se han afianzado con un enorme poder de penetración y capacidad para influir sobre la vida y la percepción que de ella tienen millones de mexicanos, lo que les confiere un poderío político que han puesto al servicio del grupo gobernante, el cual les ha retribuido de manera generosa, permitiendo que se constituya un pequeño grupo de mexicanos, como beneficiarios del más eficaz medio de comunicación masiva.

Actualmente, en nuestro país, la televisión comercial sigue teniendo el pleno manejo de su proceder, de sus decisiones, de su manejo, de su alcance, de sus contenidos sin que el gobierno los limite aunque sea un poco y ahora más con la incursión de los grupos multimedia en donde nos podemos dar cuenta de su gran alcance financiero para operar no solamente canales de televisión sino algunos otros rubros de la economía mexicana.

Estas prácticas comerciales nos llevan a reflexionar que la Ley Federal de Radio y Televisión no es vaga ni imprecisa, lo que es vaga e imprecisa es la aplicación de la misma en nuestro diario vivir. Dado que en cualquier momento en que se infrinja la ley con el pago de una multa todo está solucionado y las actividades continúan como siempre.

### **3.4 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENSEÑANZA**

#### **(Educación formal e informal)**

Una vez revisados los principales modelos televisivos que se han desarrollado en Europa y Estados Unidos y entendiendo porqué en México se ha manufacturado la televisión como hasta hoy la conocemos, expondremos algunos argumentos para poder considerar a la televisión como un medio efectivo de educación.

La educación formal se constituye en la manera más eficaz de reproducir las estructuras autoritarias y el respeto hacia las instituciones y los valores nacionales. En tal contexto la enseñanza dentro de las aulas es considerada el pilar de la educación formal y se olvida con frecuencia que existen impactos educativos colaterales provenientes de factores como los medios de comunicación masiva, con los cuales se obtiene un aprendizaje asistemático y desorganizado, es decir, la información se toma como va llegando, sin ninguna formalidad y sin ninguna medida, pero no por ello menos importante.

Dentro de las paredes de una escuela o alguna otra institución, los niños, los adolescentes y los adultos –cuando asisten a ellas- adquieren diversos conocimientos que contribuyen en su formación educativa, reflejándose muchas veces, en la manera de desenvolverse y de actuar dentro de la sociedad en donde se encuentran inmersos. Estos conocimientos permiten que se dé la socialización del hombre y la conservación y la transmisión de la cultura.

Para poder lograr una efectiva educación, los procesos de enseñanza y aprendizaje exigen una planificación y una administración adecuada que garantice el mejor y efectivo logro de sus objetivos. Para esto es necesario el óptimo aprovechamiento de la mente y el cuerpo.

La enseñanza, definida como “el arte de ayudar a otro a aprender”<sup>81</sup> es una importante labor que pretende contribuir a que cada individuo se desarrolle tanto como le sea posible dentro de los límites de sus capacidades. Para esto, el profesor debe prepararse lo suficiente y lograr transmitir el mayor número de conocimientos con excelente calidad y precisión y aprovechar en mayor medida que el humano posee una capacidad ilimitada de aprender y el proceso por medio del cual se adquieren conocimientos dura prácticamente toda la vida.

Ahora bien, entenderemos por **educación informal** al conjunto de imágenes, ideas, palabras, costumbres, etc. que aprendemos en todo momento, en la calle, en la casa, con la familia, los amigos, los vecinos y a través de los medios masivos de comunicación y sobre todo a través del medio más importante, de mayor impacto y más penetración, hasta hoy: la televisión, aunque cabe mencionar que la internet le está dando la batalla y está ganando terreno en el desarrollo vertiginoso de las telecomunicaciones.

“La televisión se ha convertido en la tercera actividad a la que más tiempo dedican los adultos después del sueño y del trabajo.”<sup>82</sup> “Teniendo en cuenta los fines de semana y las vacaciones, los estudiantes pasan más horas viendo la televisión que en clase. Si se mantiene esta dedicación, cuando los niños de hoy cumplan 70 años habrán estado un total de ocho años ante la pequeña pantalla. Según un estudio presentado por el ministerio de Educación Francés, para el 75% de los niños la televisión es la distracción favorita”.<sup>83</sup>

Ante tal situación, se debe poner especial atención a la programación transmitida por la televisión ya que ésta es considerada como el medio educativo más importante después de la familia y la escuela; se ha convertido en instrumento de penetración cultural, de socialización, de formación de conciencias, de transmisión de ideologías y valores que ningún otro medio ha logrado.

---

<sup>81</sup> FERRÉS Joan, Televisión y Educación, Ediciones Paidós, México, 1994, p.16

<sup>82</sup> Íbidem, p. 14

<sup>83</sup> Íbidem, p.15

Según Joan Ferrés, se dedica mucho más tiempo a enseñar a leer del que luego se dedicará a esa misma actividad. Se dedica mucho más tiempo a enseñar arte del que luego se dedicará a contemplar arte. En cambio, la televisión, que se ha convertido en el fenómeno cultural más impresionante de la historia de la humanidad, es la práctica para la que menos se preparan los ciudadanos y a la que, por lo regular, más tiempo dedican.

Como todas las grandes instituciones tradicionales, la escuela se preocupa casi exclusivamente por reproducir el saber, por perpetuar la cultura, es por esto que queda desfasada cuando ha de adaptarse a una sociedad en constante cambio; cuando ha de educar para una cultura renovada.

En este contexto, se comprende que resulta necesario poner más atención a la relación existente entre televisión y espectador ya que ésta relación, genera una dependencia casi inadvertida. Por tal motivo, se hace menester que se tome un poco más en serio a la televisión como aparato de comunicación e información y por ende de enseñanza e incluirla en el programa de enseñanza-aprendizaje de cualquier institución educativa, no sólo por su penetración y alcance, sino por la información que transmite día a día a los millones de teleespectadores que, sin casi percatarse del hecho, reflejan en su vida diaria una serie de conocimientos e informaciones que captan a través de la televisión.

Para McLuhan el verdadero mensaje de un medio son los cambios que éste produce en el entorno en que se inserta.<sup>84</sup> Es decir, cuando hablamos de la televisión como medio de comunicación debemos poner especial atención en los cambios conductuales que los televidentes manifiestan a diario en su forma de hablar, de vestir, en sus gustos personales y deseos; de ahí la importancia de la responsabilidad que tienen las televisoras al momento de elegir los programas a

---

<sup>84</sup> McLuhan Marshall, *Comprender los Medios de Comunicación*, Ediciones Paidós, México, 1996. p.34

transmitir, ya que de esto depende, en gran medida, el desarrollo de la personalidad de cualquier televidente.

Asimismo, para que ésta programación verdaderamente funcione como portadora de conocimientos debe adaptarse a las necesidades, gustos y características de cada región y de la edad del individuo. Es decir, no se puede enseñar mediante imágenes si el marco de conocimientos del individuo no corresponde, por lo menos en parte, a los representados en esas imágenes; no se puede, simplemente a través de ellas, enseñar cosas que están por completo fuera del conocimiento del educando, pues no tendrá ninguna perspectiva para relacionar lo que ve en la imagen con la realidad en que vive.

Bajo esta perspectiva, se hace menester reiterar que se debe poner especial atención a la programación dirigida al público de retención más efectiva e inmediata, como lo es el público infantil.

Desde que la televisión empezó a introducirse en los hogares mexicanos y al contar con aparatos que con el movimiento y el sonido que generan llaman la atención desde los bebés hasta los ancianos, ésta empezó a adquirir un papel muy importante en la socialización primaria de los niños, mismos que, antes de ingresar a la escuela ya han pasado un número considerable de horas frente al televisor.

Es indudable que el desarrollo mental de los niños recibe su influencia y ha sufrido cambios profundos desde que el aparato de televisión se ha convertido en uno de los muebles más importantes de cada hogar. Inclusive, en un elevado porcentaje de personas el impacto de la televisión ha modificado sus hábitos sociales, es decir, ésta interfiere en la manera de cómo la gente estructura su vida diaria, si sale de casa, si se queda en ella, si es activa en su tiempo libre o meramente pasiva, si duerme o permanece despierta; en fin, se podría decir que la persona se convierte en una “semihipnotizada” receptora del mensaje superficial, pero



continuo de la televisión. Sin generalizar, dado que hoy, gracias a la internet, el público puede decidir si ve determinado programa en la televisión a la hora indicada o modificar sus planes por éste y verlo después en la red con las diversas opciones que ésta ofrece.

Aquí es importante señalar que la llegada de la Internet, ha cautivado a cierto número de personas que prefieren internarse en sus redes en un momento dado, que ver televisión pero que finalmente, el resultado es el mismo, la red los captura de tal modo que se pueden pasar horas y horas sin percatarse siquiera del tiempo que transcurre.

Así que, cuando el niño llega a la escuela lleva consigo una serie de elementos derivados de las relaciones familiares y principalmente de las horas de exposición frente al televisor que, en muchos casos, le permiten comprender el mundo que lo rodea y el papel que desempeña dentro de éste, en relación a su sexo, edad y posición económica. Aunque muchas veces ésta construcción de personalidad se da en forma contradictoria; ello se debe a que lo que se transmite por el televisor responde a los intereses de diversos grupos (hablamos de los directivos de los canales de televisión, de los grupos políticos, religiosos, económicos, entre otros) que tienen el poder, y no a la realidad imperante.

Si, por ejemplo, en el caso de nuestro país tomamos como referencia la escuela y la televisión, podemos advertir la diferencia del prototipo físico de hombre que se busca proyectar: en el libro de texto gratuito de ciencias sociales que edita La Secretaría de Educación Pública para la enseñanza primaria, el lenguaje icónico muestra un prototipo de hombre mestizo, moreno, de baja estatura, con ropa sencilla, trabajador, etc; por su parte, la televisión muestra un prototipo de hombre sajón, blanco, alto, joven, activo, próspero, etc.

Ambos estereotipos se contradicen y proveen de un significado diferente a un mismo referente. O lo que es lo mismo, el discurso escolar se contrapone, muchas veces, al discurso televisivo, de ahí la diferencia entre educación formal e informal.

Aunque hay personas que consideran a la televisión como aparato educativo, consideran también que es muy diferente la educación que se transmite por ésta a la que se adquiere en las aulas escolares.

Es por esto que sería ideal que los concesionarios se ocuparan un poco más en su programación y en el contenido de ésta, principalmente la que va dirigida a los niños, para así evitar, aunque sea en algo ésta contraposición. Por su parte, La Ley Federal de Radio y Televisión también debería ser reformada para que, verdaderamente pueda exigir que se realicen cambios en la programación a fin de hacer de la televisión un verdadero aparato educativo y no sólo un aparato de entretenimiento, de consumo y transmisor de ideologías o simplemente como sustituto de la realidad.

Los niños, por ejemplo, observan casi todo el día dibujos animados o series de ficción y les es muy complicado diferenciar entre la realidad y la fantasía y cuando se dan cuenta de esto, en muchos casos según McLuhan, les provoca terribles decepciones o confusiones. Personas, animales, objetos o espectáculos que habían sido contemplados en la televisión pierden su encanto cuando son observados “en vivo”, dado que la televisión los dotaba de un aura mágica que no tienen en realidad.

Sin embargo, en contraposición encontramos que la televisión también es considerada como generadora de la realidad; no es que la imagen reproduzca a ésta, sino que la realidad se esfuerza por parecerse a la imagen. La televisión no se limita, pues, a reproducir la realidad, con frecuencia la produce, la crea y la transforma.

Asimismo, no podemos dejar a un lado lo eficaz que resulta la televisión como instrumento de penetración cultural al potenciar el aprendizaje de conocimientos y comportamientos; rubros que se insertan dentro de la educación no formal que genera la televisión y que, como ya lo mencioné, reciben millones de telespectadores en nuestro país.

Si bien es cierto que la televisión puede ser un escaparate de tensiones y malestares generados durante el día, también puede ser generadora de conductas por imitación, aunque a menudo los procesos de imitación sean inconscientes, sobre todo en espectadores infantiles ya que éste grupo de personas apenas están formando su carácter y su criterio, sin embargo, los jóvenes y los adultos también podrían ser víctimas de este proceso. En este sentido, no se puede negar que los directivos de los canales manipulan la programación con el principal objetivo de mantener cautivo a un grupo de personas para que les permitan demostrar su poderío tanto económico como ideológico.

Cada vez son más los espectadores que convierten a la televisión en fuente casi única de conocimiento de la realidad. La información televisiva se convierte así, en instrumento de poder, principalmente para los concesionarios dueños de los canales de televisión, sin dejar de mencionar a los grupos políticos y sociales del país que también, en un momento dado, utilizan a la televisión como portadora de diversas informaciones importantes para éstos.

La educación no formal que se puede observar a través de la televisión ha sido previamente verificada y consecuentemente controlada por las instituciones de poder, tanto para evitar que sea utilizada contra ellas, como para poder utilizarla en beneficio propio. Es decir, el que consiga controlar la información tendrá mucho camino ganado en el control de las personas. De ahí, el esfuerzo que, a lo largo de la historia han hecho todas las instituciones para acceder a la escuela y a los medios de transmisión de la información. Por eso, Louis Althusser “llamó a la

televisión, entre otros, aparato ideológico del Estado”<sup>85</sup> pero no mencionó que los concesionarios-capitalistas también lo son.

Concluiremos señalando que la televisión por sus enormes recursos intertextuales, representa un medio privilegiado de aprendizaje no formal, si se utilizara realmente como eso y por su alcance y accesibilidad a casi toda la población de nuestro país, sería un excelente medio transmisor de conocimientos que realmente coadyuven a la educación formal de la población que día a día pasa varias horas frente al televisor.

---

<sup>85</sup> ALTHUSSER Louis, Aparatos Ideológicos del Estado, Ediciones Quinto Sol, México, p.23

### 3.5 ¿EDUCACIÓN POR TELEVISIÓN?

A través de la historia, la televisión ha llegado a ocupar un lugar preferente en la vida y en los hogares de las personas y una “minuta de oro” para sus dueños que anualmente le reditúa millones de pesos en ganancias.

Hablar de la televisión es hablar principalmente de negocios, de dinero, de ganancias, de transmisión de ideologías, de estereotipos, de valores, de modas, etc., pero ¿alguna vez se le ha utilizado para educar con entretenimiento y diversión o simplemente educar? Revisando la historia y de acuerdo con lo que vemos y oímos a diario, es fácil contestar que no.

Sin embargo, hablando de programas meramente educativos podemos mencionar a la telesecundaria la cual tiene más demanda en los sectores marginados de la población en donde el acceso a las aulas de una escuela es más complicado que en las zonas urbanas, aunque en éstas últimas también se puede encontrar. También en los últimos años, se ha extendido un poco más la participación del gobierno en el ramo de la televisión educativa con la creación de la Dirección General de Televisión (DGTVE) dependiente de la Secretaría de Educación Pública y la red EDUSAT (Educación Vía Satélite), la cual es un sistema de señal digital comprimida que, como su nombre lo dice, se transmite vía satélite, depende de la Secretaría de Educación Pública y su función principal es poner a disposición de los mexicanos una amplia oferta de televisión y radio con fines educativos que se transmite a través del Canal 22 de televisión abierta del área metropolitana y por varios canales de televisión de paga.

“A través de EDUSAT se transmite la telesecundaria, el programa de Educación Media Superior a Distancia, la secundaria a distancia para adultos, así como

programas de capacitación para adultos y apoyo a la educación formal y no formal, además de programas culturales de interés general”.<sup>86</sup>

También, en “1956 inició actividades en nuestro país el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), organismo internacional sin fines de lucro integrado por trece países miembros de Latinoamérica como son: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Venezuela; siendo México el país sede y teniendo como principal objetivo contribuir al aprovechamiento de los recursos tecnológicos para mejorar en las personas competencias útiles para la vida y el trabajo”.<sup>87</sup>

Asimismo, el Gobierno federal también cuenta con La Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) organismo descentralizado de la SEP que tiene como labor producir, programar y transmitir contenidos educativos a través de medios electrónicos, principalmente la televisión, mediante la Red EDUSAT. Sin embargo, gran parte de su programación se restringe a los canales de paga.

Pero, exceptuando las horas durante las cuales se transmite la telesecundaria y la programación que emiten los organismos que acabamos de mencionar, la televisión se cataloga como simplemente un agente de consumo, ya que la esencia de la televisión, lo que la define como medio, es el consumismo y la publicidad, entre otros, es uno de sus principales sustentos. Ante todo porque lo propio de la televisión es vender.

Todos los programas venden alguna cosa: ideas, valores o productos. También, porque la televisión debe venderse constantemente a sí misma para poder sobrevivir a través de la publicidad y la propaganda las cuales siempre están presentes al principio, en medio y al final de todos los programas.

---

<sup>86</sup> [www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex\\_Edusat](http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex_Edusat)

<sup>87</sup> [www.ilce.edu.mx](http://www.ilce.edu.mx)

Así pues, podemos afirmar que la televisión incita al consumo de los productos que constantemente se están anunciando en todos los programas televisivos e inclusive, existen canales que transmiten varias horas únicamente comerciales, lo que se ha dado en llamar “infomerciales”, que no es otra cosa que presentar durante todo el tiempo que se haya contratado, las “maravillas” del producto a vender.

Para lograr su objetivo –captar la atención de los teleespectadores- los directivos de los canales televisivos se abocan a la búsqueda de audiencia de la manera más efectiva y que ellos conocen perfectamente bien, convirtiendo toda su programación en espectáculo y drama con tintes amarillistas y alarmistas, sin dejar a un lado el aspecto sentimental y religioso.

Es por eso que, sin mayor preocupación, la televisión ofrece a través de los diversos canales una programación llena de espectáculo y drama en todo momento, la cual, aparte de todo es gratuita. Espectáculo y drama en casa, en la oficina, en los centros comerciales, etc. y a todas horas. Así pues, la televisión convierte en espectáculo la realidad.

Pero no todo eso es la televisión, dentro de éste esquema amarillista y espectacular se podría considerar también, la posibilidad de producir programas que, sin dejar de ser entretenidos y divertidos, eduquen o aporten ideas o comentarios que incorporados a la cotidianidad mejoren la calidad de vida de los televidentes y sus familias. No siempre lo educativo y cultural es sinónimo de aburrimiento y poca audiencia.

A decir verdad, estos programas también pueden llamar la atención de los publicistas y así generar ganancias, que al final de cuentas y como ya lo mencionamos, es lo que más interesa.

Así pues, es innegable que la televisión resulta ser un excelente medio de comunicación y de publicidad para cualquier producto que se anuncie en ella, y también es innegable la imperante necesidad de darle un giro a los contenidos para sacarles el mayor provecho y poder así contribuir, aunque sea un poco, al proceso educativo de los receptores, ya sean niños, adolescentes o adultos.

La programación de carácter educativo no es una opción real para la formación de los individuos como lo es la de carácter recreativo comercial. Tanto por la frecuencia de sus emisiones como por la calidad de producción, la televisión comercial es infinitamente superior a la educativa. La televisión educativa no ha definido un estilo propio, ha copiado las mismas pautas de la televisión publicitaria.<sup>88</sup>

Lo ideal sería que el Estado invirtiera más en las diferentes opciones de canales educativos que hay al aire para que de verdad puedan cumplir con los objetivos que se plantearon desde un principio: contribuir al bienestar de la población receptora con contenidos de calidad, con mensajes positivos, educativos y entretenidos, porque como ya lo hemos visto, eso no es imposible, simplemente se requiere que el gobierno defina las políticas públicas que especifiquen el comportamiento de la televisión para darle una dirección diferente, así como de los miles de universitarios que día a día egresan de las distintas universidades del país.

---

<sup>88</sup> TREJO Delarbre, Raúl (coordinador), Televisa: El Quinto Poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México. 1987, p.144



### **3.6 PLAZA SÉSAMO COMO EJEMPLO DE TELEVISIÓN EDUCATIVA**

Tomando en cuenta que el uso de la televisión se ha generalizado en áreas tanto institucionales, educativas y de capacitación, así como científico-tecnológicas, culturales y de desarrollo de la comunidad, se ha observado la posibilidad de que no únicamente la televisión transmita diversión y entretenimiento, sino se convierta también en un instrumento versátil de la educación.

Además, se hace necesario incursionar en nuevos caminos que permitan dejar a un lado los mitos en los que se ha desenvuelto la televisión educativa y cultural, puesto que éste elemento ha venido a minar la influencia que el mensaje educativo debe tener en el receptor. Y es precisamente en el manejo creativo del mensaje en donde se debe poner mayor atención para ganar y en su caso, recuperar televidentes.

Por tal motivo, a continuación se consignarán algunas experiencias que bien pueden servir de base para dar inicio a la tarea de establecer criterios metodológicos para ver a la televisión como un efectivo instrumento educativo.

A través de la historia de la televisión mexicana las producciones netamente educativas que se han generado han sido muy pocas y con planteamientos técnicos, metodológicos y de contenido no muy definidos ni atrayentes para los teleespectadores. Estas producciones han estado totalmente bajo la responsabilidad del Gobierno, a través de La Secretaría de Educación Pública.

Las más de las veces, el uso de los medios electrónicos de comunicación se ha hecho sin una clara conciencia pedagógica de su utilidad guiado por el mero deslumbramiento tecnológico de los medios de comunicación y forzado por la elevada demanda que en materia educativa tiene el pueblo mexicano.

Sin embargo, desde finales de los años 70 y principalmente después de 1985, la televisión pública se extendió notablemente en el campo de la educación informal, pero principalmente de la educación formal con la participación de diversos organismos públicos descentralizados como son: La Dirección General de Televisión Educativa, el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa y el sistema EDUSAT, en televisión de paga y en televisión abierta únicamente el Canal 22 en la frecuencia UHF y el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional.

Por su parte, y en el ramo de los programas educativos infantiles encontramos a la exitosísima serie de televisión *“Plaza Sésamo”*, la cual se transmite en nuestro país desde hace más de 39 años por la cadena televisiva mexicana Televisa, logrando desde entonces, posicionarse en el gusto de la familia mexicana y principalmente de los niños mexicanos, por tal motivo, hablaremos un poco más a fondo de este programa.

*“Plaza Sésamo” (Sesame Street)* fue ideada en la ciudad de Nueva York durante el año de 1967 por una dinámica investigadora llamada Joan Ganz Cooney. Dos años más tarde y bajo el patrocinio de Children’s Televisión Workshop (Taller de Televisión Infantil) empezó a televisarse el primer programa netamente infantil, entretenido, divertido, lleno de colorido y por supuesto educativo.

El principal objetivo de la organización Children’s Televisión Workshop fue desarrollar un programa de entretenimiento con un contenido de alto nivel educativo que desarrollara en los niños habilidades básicas del lenguaje y que les permitiera establecer las diferencias entre espacio y tiempo, aprender conceptos básicos de lógica y matemáticas, así como apoyar el crecimiento del razonamiento con experiencias de causa y efecto.

El formato de la serie requiere cortes rápidos de un personaje a otro. Un programa diario puede contener de 35 a 50 segmentos diferentes incluyendo mensajes

cortos que a veces siguen la pauta de los comerciales publicitarios, durante los cuales se enseñan las letras, los números o las ideas completas, en vez de vender productos. Aproximadamente la mitad de cada programa diario consta de un cartón animado y de material grabado, los cuales se incluyen en el programa de acuerdo con las estrictas directrices de los consejeros educacionales de la serie.

El material utilizado hace énfasis en los conocimientos adquiridos de la lectura, los números, el razonamiento y la solución de problemas, así como las partes del cuerpo y sus funciones. Recientemente se ha incluido el tema de la ecología, así como algunos elementos que hablan del idioma y la cultura latinoamericana, en nuestro caso.

Esta mezcla de entretenimiento y enseñanza se conforma por numerosos segmentos (de 35 a 50 en tan sólo 54 minutos de duración) cortos y repetitivos, tratando de alguna manera de emular lo repetitivo de los anuncios comerciales, ya que estos de tanto verlos y oírlos terminan por quedarse en las mentes de los pequeños televidentes; lo mismo se pretende con los números, las letras y los nombres para que durante el tiempo que dure el programa se vean y se oigan una y otra vez para así aprendérselos correctamente.

Así pues, la producción de *Plaza Sésamo* revela un gran conocimiento y dominio de la técnica televisiva propiamente dicha. Las secuencias breves y reiteradas, los cortes rápidos, el manejo adecuado de las marionetas, la coordinación entre los elementos visuales y sonoros de apoyo, los mini reportajes y el asombroso ritmo de edición, así lo comprueban.

Esta dinámica en el formato resulta sin duda una fórmula muy atractiva, no sólo para el público infantil sino también para los adultos. El formato es en sí el “gancho” principal y éste refuerza la idea de que la televisión es un conjunto de fragmentos cortados, yuxtapuestos y vueltos a cortar.

En cuanto a su contenido, *Plaza Sésamo* desarrolla y considera como fundamentales los siguientes temas:

- El cuerpo humano, sus partes y sus funciones;
- Las actividades de los artesanos, los comerciantes y los industriales, entre otros;
- La nación como institución y todos los símbolos patrios;
- El vecindario y su gente;
- Las ventajas de la cooperación y los quehaceres en conjunto;
- La ecología y la calidad del medio ambiente;
- El conocimiento de las letras, los números y los sonidos;
- El conocimiento de las figuras geométricas y sus nombres;
- El mecanismo de la suma y la resta;
- La clasificación y explicación de conceptos de relación y semejanza entre los seres vivos.<sup>89</sup>

Especial relevancia tiene la vida familiar, la casa y su estructura socioeconómica. Se pretende que el niño reconozca su entorno, su forma de vida en la comunidad y sus actividades interrelacionadas con el vecindario, la ciudad, el país. Así, el niño se va familiarizando con los conceptos de zoológico, parque, mercado, aeropuerto, tienda, etc.

El niño entiende que hay diferentes ciudades, diferentes bienes y servicios, así como diferentes modos de transporte y de empleos. Se pretende que el niño también llegue a identificar las respectivas funciones que cumplen la escuela, el correo, los hospitales, etc.

---

<sup>89</sup> [www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/achavez.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/achavez.html)

También se busca que el niño desarrolle ciertas habilidades al poder relacionar diferentes familias de animales, de formas y de cantidades con otros elementos que deberá incorporar a su conocimiento. Se exalta igualmente, la idea de cooperación entre los diferentes miembros de la comunidad como camino a la solución de conflictos.

Se busca también, familiarizar al niño con la forma y funciones de máquinas y utensilios, edificios, carreteras y puertos. De la misma manera y con el mismo propósito se le muestra la tierra, el cielo, el agua, las plantas, los animales, la ciudad y el país. Por su parte, los juegos con letras y números permiten que el niño los reconozca inicialmente y los pueda aprender y repetir más tarde.

La estructura de la emisión habla de los elementos y necesidades de la enseñanza moderna como la representación simbólica, accesible, clara y simple para dar a conocer las operaciones numéricas y las formas geométricas, así como la unión ágil de letras y palabras y sobre todo, propicia en el niño un especial interés ante los diversos temas tratados que ayuda a alejar actitudes de apatía y aburrimiento.

Así pues, desde sus orígenes, *Plaza Sésamo* se dirigió fundamentalmente a los niños en edad preescolar de la población marginada norteamericana con el propósito de mejorar su rendimiento escolar y una vez aprobado su éxito, la serie se distribuyó por todo el mundo, especialmente entre los países subdesarrollados.

La primera versión de *Plaza Sésamo* para Latinoamérica se produjo en México con el financiamiento de La Fundación Ford y la empresa trasnacional Xerox bajo la responsabilidad de Children-s Televisión Workshop en el año de 1973. En aquél entonces, Televisa señaló públicamente que la transmisión de esta serie infantil constituía el inicio de una reestructuración de su programación con el propósito de “darle mayor contenido a la televisión mexicana”.

Asimismo, con *Plaza Sésamo*, Televisa experimentó una nueva modalidad de hacer televisión infantil que le permitió superar los obstáculos para financiar y hacer redituable la programación educativa y, por tanto, hacer posible la existencia y el crecimiento futuro de ésta.

*Plaza Sésamo* ha sido un claro ejemplo de que la educación puede muy bien compaginarse con la diversión, principalmente en el ámbito infantil que es en donde más se debe poner atención por parte de todos los sectores de la población para superar en algo el enorme rezago educativo que por generaciones viene arrastrando la sociedad mexicana.

Para esto, es necesario que se empiece por aclarar la situación en torno al rol que deben llevar los medios de comunicación para favorecer en algo las necesidades educativas existentes en nuestra sociedad en donde los niños debieran ser el principal motivo para promover algunas reformas a la ya rezagada Ley Federal de Radio y Televisión.

A continuación se muestran los resultados obtenidos después de realizar una encuesta a alumnos de preparatoria de la Universidad la Salle de la ciudad de México a cerca del programa de televisión *Plaza Sésamo*. El objetivo fue conocer si en la práctica, el programa cumplía o no con sus expectativas educativas, es decir, si realmente coadyuvaba en su proceso educativo o no.

Se aplicó la encuesta a 100 alumnos (50 hombres y 50 mujeres) que cursan preparatoria y que sus edades oscilan entre los 14 y 16 años. Las respuestas fueron las siguientes:

Favor de subrayar la respuesta correcta.

1. ¿Conoces el programa Plaza Sésamo?

Sí      No

Si su respuesta fue afirmativa siga contestando.

2. ¿Lo veías frecuentemente?

Nunca    Algunas veces    Casi siempre    Siempre

3. ¿Aprendiste algo al verlo?

Nunca    Algunas veces    Casi siempre    Siempre

4. ¿Te parece que coadyuvó en tu proceso educativo?

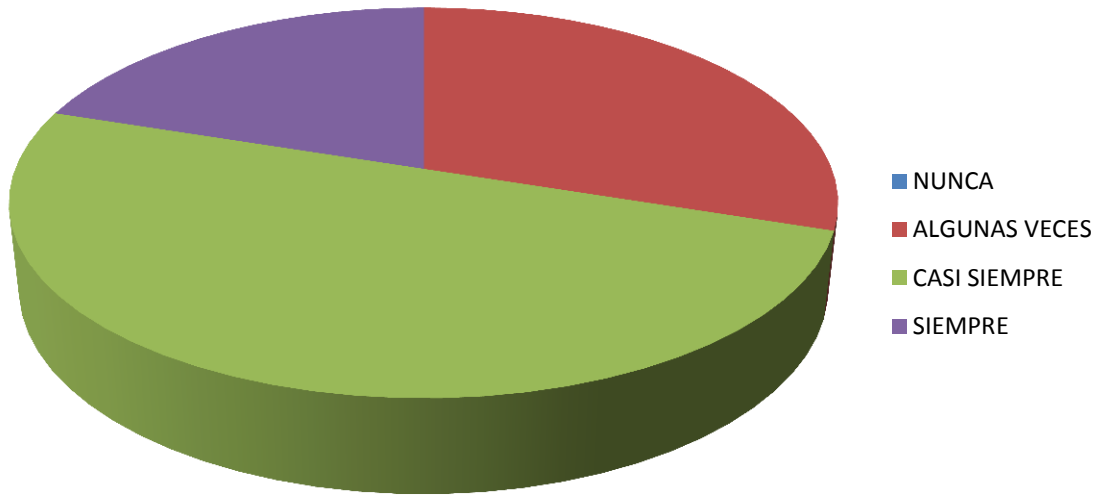
Nunca    Algunas veces    Casi siempre    Siempre

5. ¿Lo recomendarías?

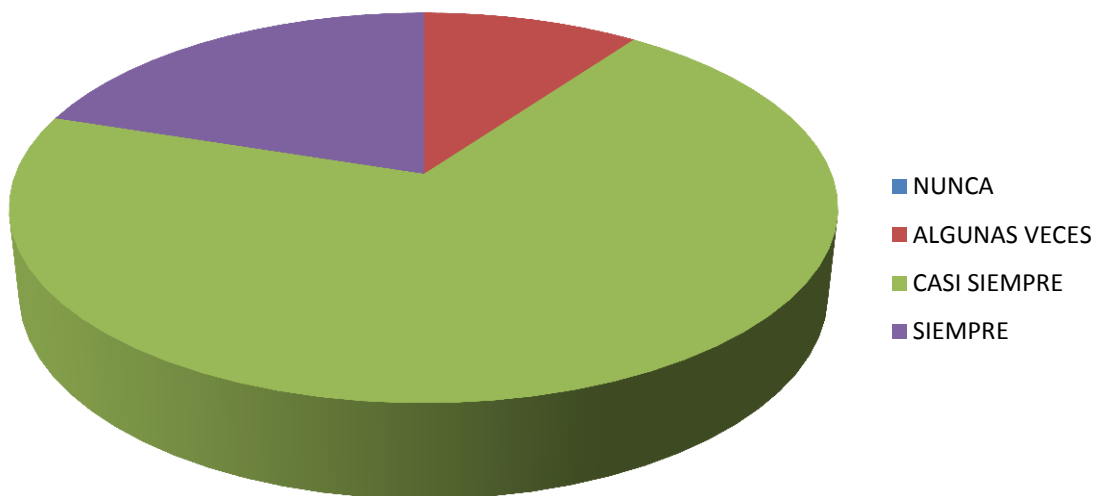
Nunca    Algunas veces    Casi siempre    Siempre



### ¿LO VEÍAS FRECUENTEMENTE?

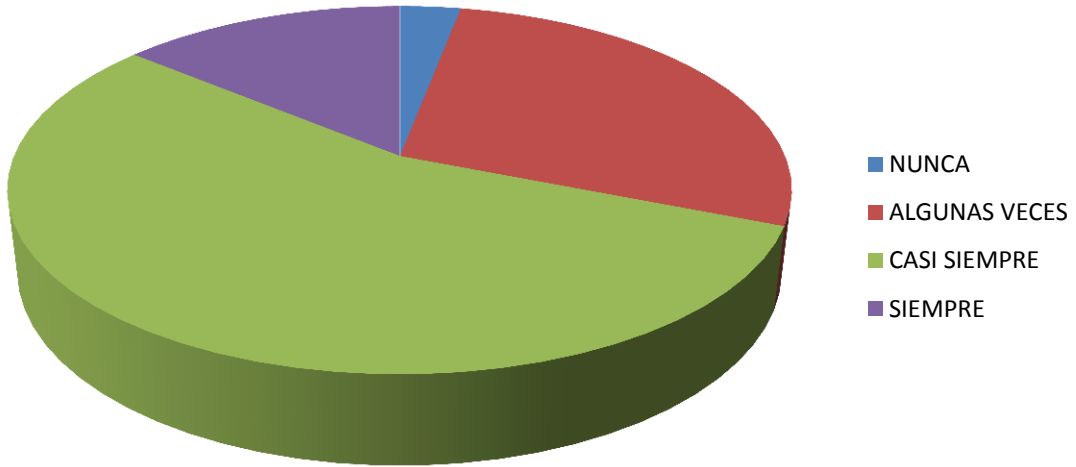


### ¿APRENDISTE ALGO AL VERLO?

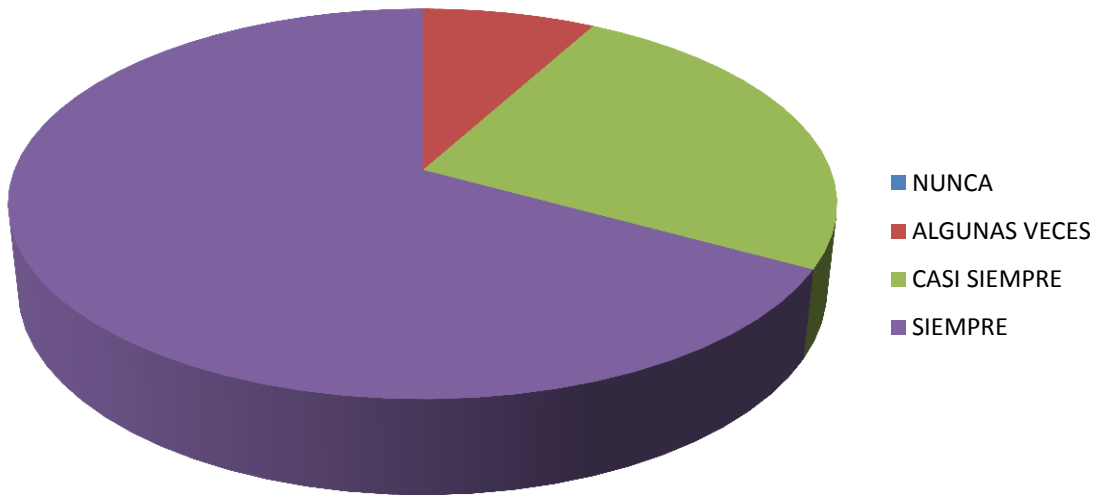




### ¿TE PARECE QUE COADYUVÓ EN TU PROCESO EDUCATIVO?



### ¿LO RECOMENDARÍAS?



Los resultados arrojados de la encuesta nos indican que a pesar del tiempo transcurrido, cuando un programa tiene calidad y calidez como Plaza Sésamo, perdura a través del tiempo y la modernidad y aún más, sobrevive a la tecnología y el vertiginoso movimiento de la humanidad.

Finalmente, nos centraremos en revisar algo de la programación de los sábados y domingos de Televisa y TV Azteca para exponer lo que es y lo que debiera ser, de acuerdo con la ley vigente, revisando no únicamente los canales que nos ocupan, mencionando también otras opciones de televisión para niños que hay actualmente en la televisión mexicana.

## **CAPÍTULO 4**

### **4. TV AZTECA Y TELEVISA, CASO PRÁCTICO DE APLICACIÓN**

#### **4.1 LA PROGRAMACIÓN DE SÁBADO Y DOMINGO EN EL CANAL 7 DE TV AZTECA Y 5 DE TELEVISA**

Desde que el Grupo Radiotelevisora del Centro, S.A de C.V. encabezada por el señor Ricardo Benjamín Salinas Pliego y Hugo Salinas Price, principales accionistas de la cadena de mueblerías Grupo Elektra, ganó la licitación para quedarse con los canales de televisión 7 y 13 que pusiera en subasta el entonces presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, a través de la Secretaría de Hacienda y publicada el 4 de marzo de 1993 en el Diario Oficial de la Federación, ofreció un proyecto y una estrategia que tituló “Plan de Negocios” dirigido meramente a una aventura industrial y comercial de multimedia.

Radiotelevisora del Centro, S.A de C.V. anunció en su solicitud de participante en la subasta, que sus principales objetivos serían difundir las actividades económicas que propiciaran el consumo de productos nacionales, así como coadyuvar a la educación y la cultura nacional, transmitir información confiable, fortalecer la imagen corporativa, mantener estricta coordinación con el Gobierno Federal y obedecer a la Dirección de Comunicación Social de las respectivas

Secretarías de Estado. Así como, proporcionar la información oportuna al Gobierno de sus campañas de salud y bienestar económico, social y cultural para mejorar las formas de convivencia humana.

Asimismo, “Radiotelevisora del Centro, S.A de C.V., con la compra del paquete de medios gubernamentales, pretendió constituirse en un consorcio de medios de comunicación masiva, eficiente y competitivo que proporcionará esparcimiento, cultura, educación e información, difundiendo la identificación de valores, la integración familiar, coadyuvando al avance y progreso del país, propiciando el conocimiento de nuestras costumbres e historia fortaleciendo la unidad nacional apoyando al gobierno en sus campañas de prevención, salud pública, bienestar social, económico y cultural, así como balancear la producción nacional y extranjera en cuanto a la programación”.<sup>90</sup>

Sin embargo y al cabo del tiempo, nos podemos dar cuenta que todas esas propuestas que en un primer momento difundiera el grupo ganador (nada distinto a sus oponentes), se quedaron únicamente en simples propuestas hechas solamente para cumplir con un protocolo establecido por el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Gobernación: decir que al momento de estar en sus manos el paquete de medios subastado, se le daría el mejor de los usos todo en favor de la sociedad mexicana o de los posibles televidentes que podría captar la naciente televisora, sin embargo, al Gobierno eso le tenía sin cuidado, lo más importante era quién de los concursantes era el mejor postor y quién le daría la más grande cantidad de dólares. “Cabe mencionar que la oferta de Radio Televisora del Centro fue 47% mayor a sus tres competidores más cercanos. El Gobierno quería 440 millones de dólares y Salinas Pliego ofreció 645 millones, es decir, 205 millones más.”<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Revista Proceso, “Televisión Azteca” por Florence Toussaint, 26 de julio de 1993, no. 873, pp 7

<sup>91</sup> Íbidem, pp 8

“Según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y después de estudiar todas y cada una de las solicitudes presentadas para la compra del paquete de medios, señaló que Televisión Azteca ofreció difundir y promover las actividades económicas que propiciarán la generación y el consumo de productos nacionales acordes con las diferentes localidades, y además propuso la difusión de programas que mejoraran la educación y la cultura nacional, así como los informativos”.<sup>92</sup>

Es creíble que para ganar la subasta, Salinas Pliego dijera maravillas del uso que le daría a los canales, sin embargo y al paso de los años nos podemos dar cuenta que esos maravillosos objetivos se han diluido poco a poco, hasta quedar como todos los canales comerciales que transmiten actualmente, simplemente en el negocio, en las ganancias obtenidas, aunque en el proceso se viole flagrantemente la Ley Federal de Radio y Televisión (como lo veremos un poco más adelante).

Han transcurrido 17 años desde aquéllas declaraciones que hicieron los ahora dueños de Televisión Azteca, de hacer de la naciente empresa televisiva un medio total y decididamente a favor de la sociedad mexicana, sin embargo y si nos ponemos a ver la programación actual, nos podremos dar cuenta que no todo lo que se prometió en aquel momento se ha cumplido, principalmente en el rubro de la educación, que en ésta ocasión es lo que nos ocupa. Un poco más adelante hablaremos a fondo de esto.

En su momento, Salinas Pliego pretendía hacer de éstos canales (7 y 13) una industria de trabajo y producciones mexicanas hechas con talento artístico y recursos nacionales; alguna vez, quizá, también televisión en vivo a favor de los miles de televidentes que pudieran captar, sin embargo, poco a poco Televisión Azteca decidió abandonar la producción propia y concentrarse en la tarea

---

<sup>92</sup> Revista Proceso, “Confirma Azcárraga que obtuvo 62 canales, pero la SCT no sabe nada” por Salvador Corro, 15 de febrero de 1993, no. 850, p. 27

meramente distributiva, porque para lo primero se necesitaba talento, dinero, administrar los productos y venderlos internacionalmente para recuperar lo invertido, y para lo segundo únicamente canales de difusión.

Y ya que en el mundo se generan grandes volúmenes de series y programas diversos, algunas veces de alta calidad y bajo precio, se decidió comprarlas y comercializar el tiempo para que, a partir de ellas poder obtener ganancias. Por tanto, la televisora del Ajusco se quedó en la línea de la distribución, mayoritariamente, sin embargo y con el paso del tiempo, la producción propia afortunadamente cada día es más.

Además de no producir para no gastar, Televisión Azteca se propuso competir con su más acérrimo rival Televisa de la única manera en que han podido hacerlo, ofreciendo lo mismo. Es decir, contraponer telenovelas a las telenovelas, concursos a los concursos, películas a las películas, comicidad a la comicidad, noticiarios a los noticiarios, etc. En su horizonte no existe la posibilidad de darle al auditorio novedades, apertura a los hechos reales que suceden en la sociedad, diálogo, foros; en suma, un poco de lo que a Televisa tampoco le interesa. Para quien diga que mientras más canales mayor diversidad, basta con hojear la programación para desencantarse (por lo menos de las dos cadenas nacionales en televisión abierta más importantes del país).

Hasta la fecha y después de varios intentos de manufactura propia, Televisión Azteca ha decidido abandonar la producción y concentrarse en la tarea distributiva, porque para lo primero se necesita talento, capital, administrar los productos y venderlos internacionalmente para recuperar lo invertido, y para lo segundo únicamente canales de difusión, ya que en el mundo se generan grandes volúmenes de series y programas de alta calidad (a veces) y bajo precio, basta con comprarlas y comercializar el tiempo a partir de ellas para obtener ganancias.

Por tanto, TV Azteca se ceñirá a la línea de distribución. La producción será marginal. Lo anterior lo podemos corroborar mirando la programación que transmite Televisión Azteca a través de sus tres canales que actualmente tiene al aire, el 7, el 13 y el 40.

La programación en su conjunto de estos canales se integra por noticiarios, telenovelas, concursos todos ellos producidos por la misma televisora, mientras que las caricaturas, series de suspenso, aventura y melodrama, son en un alto porcentaje series y películas extranjeras.

Por su parte, y a pesar de que Televisa tiene muchos más años más al aire que TV Azteca la historia no cambia en nada ya que la programación del Canal 5 (canal dirigido principalmente a los niños y jóvenes) es también de manufactura estadounidense, principalmente y también su programación se basa casi en su mayoría en películas, dibujos animados y series norteamericanas.

El Canal 5 actualmente transmite caricaturas o series juveniles compradas a los canales como: *Cartoon Network*, *Nickelodeon*, *Teletoon*, *Discovery Kids*; y series que datan de *FOX*, *CBS* o *Universal Studios*; de igual forma, el Canal 5 impulsa las llamadas “Series hechas en casa” como *El Pantera*, *Mujeres Asesinas*, *Los Simuladores* o *El Chavo Animado*. Dato curioso, *Plaza Sésamo* es el único producto que ha sobrevivido a los años, al igual que *Fantasías Animadas* (de la *Warner Brothers*) y el regreso de *Los Pitufos* y *Animaniacs*. Las caricaturas de *Disney* desaparecieron del Canal 5 al mudarse, en 1998, a TV Azteca en donde hasta hoy se siguen transmitiendo los sábados en un horario totalmente posicionado.

Ante ésta realidad, en ningún momento, hay una conexión entre la audiencia y la programación, la figura de enlace desapareció y, por decir lo menos, nadie educa ni nivela la realidad con los mundos de fantasía mostrados en los contenidos. La programación es lanzada y consumida sin mediador. Sin mencionar los largos

periodos de publicidad electoral, gubernamental, privada e institucional que indiscriminadamente se exhibe, misma que tampoco es explicada ni diferenciada; la mezcla de públicos de una hora a otra también es de notar. El Canal 5 dejó de ser un canal infantil y se convirtió en una especie de revista donde muestra poco de lo mejor de otros países y mucho menos del nuestro.

Para efectos de nuestro trabajo, revisaremos únicamente la programación del Canal 7 de TV Azteca y el Canal 5 de Televisa ya que nuestra investigación, como su nombre lo dice, está enfocada a la programación de sábado y domingo de éstos dos canales.

En un principio, es decir, desde que el canal 7 se privatizó, los nuevos dueños dejaron claro que ese canal estaría dirigido principalmente a los niños y jóvenes, hasta le llamaron “el canal juvenil de la televisión mexicana” y que su programación estaría enfocada a proporcionar esparcimiento, cultura, educación e información a través de una balanceada producción nacional y extranjera<sup>93</sup>, lo cual, hasta hoy, no se ha podido lograr, inclusive, los mismos trabajadores del canal no le han vuelto a llamar “el canal de la juventud”, esto se puede comprender si analizamos detenidamente su programación de los sábados y domingos.

Por su parte, la programación del Canal 5 de Televisa, la cual se integra por caricaturas, películas en su totalidad extranjeras, series de suspenso, aventura y melodrama, gran cantidad de series extranjeras, deportes y ocupando un alto porcentaje del total de las horas al aire, encontramos a los infomerciales o lo que es lo mismo, ventas por televisión (éstas se ven únicamente por la madrugada).

---

<sup>93</sup> Revista Proceso, “Sobre la mesa, las cartas de cuatro grupos que se disputan los medios del Estado”, 3 de mayo de 1993, no. 881, p. 18



Haciendo una comparación entre ambas programaciones de los dos canales (5 y 7), ambas son exactamente iguales, es más, hasta en los horarios son totalmente parecidos. Puede decirse que el Canal 7 es la copia fiel del Canal 5.

Para conocer qué es exactamente lo que transmite el Canal 7 de Televisión Azteca y el Canal 5 de Televisa los sábados y domingos, hemos resumido la información en las siguientes tablas descriptivas, en las cuales encontraremos más a detalle y en números lo que los directivos de las televisoras eligen para ser parte de su programación; nos basaremos en la programación transmitida del 1 de mayo al 30 de junio del 2012 de las 00:00 hrs. a las 24:00 hrs:

#### CANAL 7

<b>GÉNERO</b>	<b>TIEMPO DE TRANSMISIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Películas adolescentes y adultos	136 horas	48.19%
Películas infantiles	135 horas	48%
Dibujos Animados	60 horas	22%
Deportes	48 horas	17.65%
Ventas	99 horas	36.66%
Series	No hay	---
Concursos	17 horas	6.30%
Culturales	No hay	---
Educativos	No hay	---
Informativos	5 minutos	.06%
Variedades	No hay	---

Fuente: elaboración propia a partir de la revista Mi Guía

## CANAL 5

GÉNERO	TIEMPO DE TRANSMISIÓN	PORCENTAJE
Películas adolescentes y adultos	125 horas	46.30%
Películas infantiles	115 horas	42.60%
Dibujos Animados	80 horas	29.62%
Deportes	34 horas	12.60%
Ventas	49 horas	18.14%
Series	No hay	---
Concursos	17 horas	6.30%
Culturales	No hay	---
Educativos	No hay	---
Informativos	No hay	---
Variedades	58 horas	21.48%

Fuente: elaboración propia a partir de la revista Mi Guía

Sin necesidad de analizar la información de la gráfica muy a fondo, a simple vista lo que resalta es la cantidad de tiempo que las televisoras dedican a la transmisión de películas extranjeras, para ser exactos, películas norteamericanas, que entre las de corte infantil y las que son para adolescentes y adultos ocupan un alto porcentaje del total de la programación de fin de semana, es decir, del total de horas analizadas que fueron 272, éstas se proyectan en 149.50 horas, más del 50% del total de la programación de los sábados y domingos de los días revisados.

Es posible pensar que el enorme peso que poseen las películas programadas por las televisoras debido a la cantidad de horas que ocupan en la programación se debe quizá a que, primeramente, gustan mucho a los televidentes y por lo tanto tienen anunciantes, además porque, sale más barato adquirir los derechos de

transmisión que producir programas propios y también porque cada película ocupa no menos de dos horas de tiempo incluyendo los anuncios.

También, es de llamar la atención que el segundo lugar en cuanto a horas de transmisión se refiere sean los infomerciales, es decir, las ventas por televisión, los cuales ocupan de las 24 horas del día de 4 a 5 horas lo cual es demasiado si se considera que los temas educativos o culturales no tienen ni cinco minutos de proyección los sábados y domingos.

Así sucesivamente encontramos a los demás géneros. Ocupando el tercer lugar los dibujos animados de origen 100% estadounidense con 60 horas de transmisión; en cuarto lugar están los deportes (específicamente futbol soccer, futbol americano o box) con 48 horas; ocupando el quinto lugar están las películas infantiles netamente norteamericanas, también con 13.50 horas; más abajo podemos encontrar a los otros géneros (series e informativos) con horarios más reducidos. Es de llamar la atención que al rubro de los informativos únicamente se dedican 3 minutos si acaso los sábados, los domingos ni siquiera hay noticias.

El estudio realizado permitió comprobar que, si bien cuando el canal 7 pasó a manos de la iniciativa privada, los concesionarios decidieron que éste tendría un corte juvenil e infantil, sin embargo hoy no tiene un rumbo definido ni un perfil que lo pueda caracterizar, ya que si nos damos cuenta en los programas que transmite existe una mezcla de todos los géneros, tal parece que lo único importante es buscar el *rating*.

No se puede negar que la programación del Canal 7 de TV Azteca y 5 de Televisa tiene mucha diversión, entretenimiento, color, música, baile, movimiento, hasta quizá en algún momento toques de amistad, compañerismo, aventura pero realmente son muy pocos, nada significativo para unas televisoras que tiene todos los recursos económicos y humanos para poder invertir en producciones que puedan apoyar a los niños en su proceso educativo tanto formal como informal.

Una vez más los programas estadounidenses predominan y no van más allá de poner en la pantalla, como siempre, al súper héroe poderoso e infalible que salva al mundo de la fatalidad, enfundado en su vistoso traje entallado de colores vistosos aludiendo, casi siempre, a la bandera de las barras y las estrellas.

Sin embargo y pese a todo lo anterior, la historia sí puede cambiar, sí se puede hacer otro tipo de televisión, entretenida, educativa, con mensajes positivos y, cultural, con valores y principalmente propositiva. El ejemplo más claro lo encontramos en la programación de sábado y domingo del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, de televisión abierta, así como en el Canal 22 en su programación matutina a cargo de La Red Edusat, ya que de las 14:00 hrs. en adelante por este canal se transmite la programación habitual del Conaculta.

La Red Edusat es administrada por la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) órgano descentralizado de la Secretaría de Educación Pública. El objetivo de su programación es apoyar a maestros y alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, también se dirige a la sociedad en general presentando diversos temas de salud, bienestar social e individual, orientación médica y cultura.

También, Edusat tiene entre sus objetivos apoyar a los alumnos y docentes durante su proceso enseñanza formal y no formal, ya que además de entretenimiento brinda diversas opciones informativas sobre contenidos educativos y culturales. Asimismo, está enfocado a lograr mayor equidad educativa, igualdad de oportunidades de acceso y permanencia en los servicios educativos, mejorar la calidad de la educación en todos los niveles y llevar servicios educativos de calidad a zonas que, por su ubicación geográfica, han carecido de éstos. Su lema es: “Ver para aprender” y “Televisión para la educación”.

Su programación proviene de producciones propias, coproducciones, materiales adquiridos en los mercados nacionales e internacionales; acervos de diferentes instituciones tanto públicas como privadas, asociaciones y televisoras educativas y culturales de México y otros países (como por ejemplo la BBC de Londres), éste material se divide en apoyo didáctico para la educación básica, media superior y superior, actualización docente y educación continua, educación para y a lo largo de la vida, capacitación y actualización para el trabajo, divulgación científica y cultural, así como temas de interés para la sociedad en general.

El Canal 22 de televisión abierta resulta ser una excelente opción cuando programación de calidad buscamos y principalmente para los niños que el fin de semana tienen más tiempo para ver la televisión. En su variada programación encontramos emisiones como “Pueblos de México” en donde nos describen a detalle los usos y costumbres de diferentes regiones del país, su dialecto, su vestimenta, sus festividades, su vida cotidiana; también encontramos un programa matutino que se transmite los sábados llamado “Construir, Tocar, Sentir” éste es un programa totalmente diferente a los que estamos acostumbrados a ver, ya que trata de la manera en que se pueden construir instrumentos musicales, cómo tocarlos y cómo incorporarlos en la educación en el aula escolar; también hay programas referentes a las diferentes etapas del desarrollo humano, embarazo en los adolescentes, los riesgos y peligros de la obesidad, viajes por diversos lugares del mundo, la importancia de la contaminación y el calentamiento global, entre otros.

Quizá su programación no sea tan colorida, llamativa, con tanto movimiento como a la que estamos acostumbrados, pero resulta ser una buena opción en cuanto a televisión educativa se refiere. Últimamente, dieron a conocer una nueva propuesta muy especial para la época de vacaciones escolares llamada: “Verano 2011: T.V. para la Educación”, en donde, sin dejar a un lado el propósito educativo, se puede pasar un rato agradable con una propuesta diferente de ver la televisión.

Mención aparte merece el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN), el cual, los sábados y domingos tiene una programación totalmente diseñada para los niños con su barra infantil llamada “Once Niños”, de hecho es la primera estación de televisión educativa y cultural fundada en nuestro país, la cual, día a día ha conseguido muy buenos resultados en cuanto al público que los sigue y sintoniza cada vez más.

Es importante señalar, que a partir de marzo del 2009 su publicidad ha abordado diferentes temáticas dirigidas, en su mayoría, a los niños y jóvenes mexicanos, acerca del ejemplo que los adultos les damos con el lema “Los niños imitan lo que ven. Haz que vean lo mejor de ti” con el apoyo del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), campaña que afortunadamente ha tenido excelente acogida por el público televidente y ha logrado que las demás televisoras hagan eco y reconozcan la calidad de la propuesta.

Debido a su gran aportación cultural y educativa, estos son algunos de los premios y reconocimientos a los que se ha hecho acreedora la televisora del Politécnico, y que le han valido ser la televisora gubernamental más premiada de Latinoamérica, entre los que destacan el Premio Nacional de Periodismo y el galardón que otorga la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Ciencia, el BDA de Latinoamérica. Mención aparte merece que el Canal 11 ha obtenido en dos ocasiones el máximo reconocimiento que entrega la UNESCO a la mejor televisora del mundo. Cabe señalar que los premios recibidos por el Canal 11 en festivales internacionales se deben a su imagen y sobre todo a su programación, destacando en ésta la barra infantil, teniendo como mayor mérito que es una programación creada totalmente por el canal, con actores y técnicos mexicanos y por supuesto con temas en los que involucran directamente a los niños y jóvenes, en pequeñas historias en donde muchas veces se ven reflejados, como por ejemplo la serie “Futboleros” en dónde se pueden encontrar diversas herramientas para poder enfrentar a las diferentes situaciones de la vida cotidiana.

La barra infantil de Canal 11 es un espacio en donde se considera muy importante el contacto con los niños. Tiene como objetivo ser un espacio de televisión alternativa, en donde lo más importante es la cercanía con ellos y su mundo. Lográndolo mediante programas especialmente diseñados para estimular la inteligencia, curiosidad y participación de la audiencia creando una televisión sana y sin violencia con la transmisión de algunas de las series infantiles y propositivas más premiadas de México y del mundo.

Canal 11 se preocupa por no fomentar la violencia, la agresión, la discusión, por ejemplo, ofreciendo contenidos con profundidad pedagógica y motivando a que los niños no sean únicamente receptores, sino que interactúen con los diferentes programas. “Once Niños” es un espacio en el que se combina diversión con inteligencia y creatividad, y en dónde todo está cuidadosamente pensado y diseñado para los niños.

Canal 11 presenta una programación infantil entretenida y sin violencia que permite a los niños participar en los diferentes programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo. Por ejemplo, los presentadores guían a los niños y los invitan a interactuar con ellos, recomiendan libros, lugares turísticos de todo México y otros países y diversas actividades más. Además hacen contacto directo con los niños y niñas en las calles de cada ciudad y por medio de sugerencias ayudan a crear y apoyar una cultura de calidad.

La barra infantil es quizá la más rica y diversa de toda la programación del canal, se empezó a transmitir a partir del año 2002 los sábados y los domingos, ahí los niños tienen la oportunidad de, además de entretenerse y divertirse, aprender y conocer un poco más del mundo que los rodea con diferentes situaciones reales que les pueden pasar en cualquier momento.

Dentro de la programación hay diferentes programas como “Ciencia en el Jardín”, “Futboleros”, “Los Cuentos de la Calle Broca”, “31 Minutos”, “Charlie”, entre otros, en donde se pone en práctica el poder de la observación, la retención, el análisis semiótico de diferentes situaciones, entre otros; elementos que son básicos en la etapa infantil en donde se está en pleno desarrollo y definición de carácter y personalidad.

El desarrollo de Once Niños ha sido gradual y paulatino, pero siempre ponderando las premisas de su origen: respetar a los niños, sus gustos y preferencias. La televisora considera de gran importancia escuchar a los niños y ofrecerles programas con contenidos exclusivamente para ellos, como por ejemplo, el que ya mencionamos, “Futboleros” el cual nace de la necesidad de brindar un espacio televisivo con calidad, diversión y entretenimiento en donde se encuentren elementos que beneficien su desarrollo social e intelectual contando historias de vida de los niños que viven en diferentes partes del país. Desde su concepción, ha brindado un espacio inteligente en el que se le da prioridad a la diversión, al humor, al desarrollo de habilidades afectivas individuales y sociales, entre otros. “Futboleros” se ha distinguido por pensar en el niño como un ser valioso e inteligente.

Por medio del programa se trata de que los niños se relacionen con su medio ambiente, respeten a la naturaleza e interactúen en grupo y ponderen el valioso privilegio de la amistad. “Futboleros” trata de acercar al niño a su realidad a través de juegos, retos, risas, aventuras, etcétera.

De acuerdo con las premisas del Canal 11, “Once Niños” es una barra diseñada para fomentar en el niño el valor de la amistad, el respeto a los padres y en general a los adultos, el cuidado de la naturaleza, el trabajo en equipo, la observación, la retención, poder tomar decisiones, entre otros; por lo que “Once Niños” se convierte en un espacio que brinda al niño la oportunidad de generar



confianza en sí mismo, promoviendo su iniciativa y fortaleciendo su desarrollo cognitivo, afectivo y social.

Asimismo, el Canal 11, a través de su barra matutina llamada “Once Niños” promueve valores que enriquecen a los niños como el amor, la competencia, la diversión, la curiosidad, la creatividad, la tolerancia, la fortaleza, la amistad, la generosidad, la honestidad, en “Once Niños” no hay lugar para la violencia o la discriminación.

Como podemos ver, el Canal 11 es pues, un excelente ejemplo de que cuando los intereses van más allá de lo económico y lo comercial, sí es posible hacer televisión que traspase el umbral de lo meramente divertido y entretenido, sin mayor trasfondo como la programación que tiene TV Azteca y podemos ver por el canal 7 en red nacional y por supuesto más allá de nuestras fronteras.

Hasta hoy, Televisión Azteca parece estar buscando en todo momento, el sustento que dan los anuncios publicitarios, lo cual como podemos suponer condiciona la composición de la programación, pero lo hace con un cierto grado de improvisación y sin una línea clara y definida para sus canales. Tal parece que lo único que busca es parecerse más y más a su competidor Televisa al momento de, únicamente competir por el *rating*, y no por una televisión con calidad, variada, plural y reflexiva. Televisión Azteca es una televisión que lamentablemente está enfrascada dentro del juego comercial, sin calidad.

Finalmente, y una vez de “haber puesto las cartas sobre la mesa” diremos que existen dos rasgos fundamentales que caracterizan la programación de Televisión Azteca, concretamente del Canal 7: el entretenimiento y la comercialización.

Al parecer a Televisión Azteca únicamente le interesa el sustento que dan los anuncios publicitarios, lo cual como podemos suponer condiciona la composición de la programación, pero lo hace con un cierto grado de improvisación y sin una

línea clara para sus canales. Es decir, únicamente compite por el *rating sin más* y no por una televisión con calidad, variada, plural y reflexiva que principalmente, coadyuve al proceso educativo de los niños que sintonizan ese canal.

## 4.2 PROGRAMAS QUE NO SE AJUSTAN A LOS LINEAMIENTOS DE LA LFRyTV

En uno de los discursos pronunciados por el dueño de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego en el momento de entrar al concurso por la licitación del paquete de medios vendidos por el Gobierno Federal, dijo que:

“El canal 7 será la Red Nacional Mexicana por excelencia dirigida al sector popular. Será educativo en su barra matutina y meridiana; de esparcimiento en la barra vespertina y nocturna e informativo debido a sus cortes que se harán cada media hora y a sus noticiarios. También contribuirá a fortalecer la identidad nacional por medio de sus programas culturales. Además el propósito de la programación infantil será divertir e instruir fomentando en los niños la adquisición de buenos hábitos”.<sup>94</sup>

Aquí citaremos a Clifford Geertz para entender un poco más el concepto de cultura que nosotros estamos utilizando en este trabajo, para Geertz la cultura es:

“el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico e industrial en una época o grupo social, es decir, la cultura es el conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo y ésta se sitúa en el entendimiento y en el corazón de los hombres. La cultura es pública”.<sup>95</sup>

Entendiéndolo así, la televisión cultural debería resaltar la vida y la cotidianidad de la población mexicana en su conjunto, exaltando en todo momento, la gran diversidad social y natural que existe en nuestro país sin dejar de lado la enorme

---

<sup>94</sup> BECERRA Acosta Manuel, “Comenzará la Red Nacional 7 a funcionar en toda la República...” UNO MAS UNO, 3 de mayo de 1994, p. 20

<sup>95</sup> GEERTZ Clifford, “La interpretación de las culturas”, Editorial Gedisa, Barcelona, 2000, p. 25

variedad de usos y costumbres que podemos encontrar en cada lugar y cada rincón del vasto territorio nacional.

Como hemos visto, estas palabras se han quedado muy lejos de la realidad, dado que la programación de la televisión del pleno siglo XXI se ha desvirtuado a tal grado que, flagrantemente violan sin la menor preocupación algunos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión que se supone se hizo para regular a los medios de comunicación, especialmente la televisión.

La legislación en torno a los medios de comunicación continúa siendo motivo de polémica sobre todo porque no avanza el proceso legislativo para reformar y poner al día una ley que es obsoleta, discrecional y antidemocrática. Detrás del retraso se encuentran los intereses de concesionarios y dueños a quienes les parece que no es necesario modificar nada porque tal y como están los ordenamientos jurídicos su negocio va viento en popa.

En la Cámara de Diputados la comisión que desde hace casi cuatro años se ocupa del asunto, está empantanada, no por falta de propuestas, sino porque no hay voluntad política para sacar adelante la tarea.

En la actual LFRyT se establece en el artículo quinto que la programación de la televisión debiera tener una función social que contribuya al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, sin embargo en la actual programación que presenta el canal 7 de TV Azteca y el 5 de Televisa podemos ver que no cumple en lo más mínimo este requerimiento, ya que en lo que predomina, que son las películas norteamericanas y los infomerciales no hay nada de esto.

Por su parte, las películas transmitidas, las cuales son en su totalidad estadounidenses, no ayudan a elevar el nivel cultural del pueblo y mucho menos a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones,

la propiedad del idioma y mucho menos a exaltar los valores de la nacionalidad de los mexicanos, ya que nos presentan en todo momento los estereotipos de la comunidad norteamericana, los lugares de ese país, así como sus características como nación.

A veces resultan hasta peligrosas algunas películas porque en ocasiones presentan a detalle cómo cometer un delito, es decir, a través de las imágenes y de la trama se enseña y se dan ideas a los delincuentes, como por ejemplo en algunas de las películas que se transmitieron durante los días que estamos hablando: “Hombre en Llamas”, “El Francotirador” , “Bajo Amenaza”, “Avión Presidencial”, “Contracara”, “Enemigo Público” o “Tribunal en Fuga”.

Sin embargo, se podrían rescatar algunos largometrajes infantiles (por supuesto de hechura estadounidense) en donde, por lo menos, tienen algún mensaje positivo para la comunidad infantil mostrando, casi siempre, que al que bien actúa le va bien, o el compromiso de fidelidad hacia los padres y la familia, o luchar para alcanzar algún deseo o algún sueño, o para poder tener algún bien material se tiene que trabajar, o simplemente, dar amor para recibir lo mismo. Me parece que en cuanto a películas infantiles hay más cosas positivas que rescatar y que en un momento dado, son menos perjudiciales para los televidentes.

Es importante dejar claro, que estas películas infantiles a las que nos estamos refiriendo, son totalmente de manufactura estadounidense, ninguna es producción nacional toda su programación infantil es comprada a otros países, ellos sólo retransmiten lo ya visto, lo pasado.

Asimismo, durante la programación referida de los sábados y domingos en ningún momento hay programas de divulgación con fines de orientación social, cultural ni cívica, por ejemplo, los infomerciales únicamente incitan al consumo puro e irracional tratando de vender (casi, casi) milagros y muchas veces promesas falsas presentando modelos casi perfectos con resultados inmediatos.

En el artículo 59 de la mencionada Ley se dice que durante las 24 de horas de programación que tienen al aire, los concesionarios están obligados por lo menos 30 minutos a difundir temas educativos, culturales y de orientación social, lo cual por supuesto que no ocurre; durante los días analizados no hay programas pertenecientes a estos rubros.

Respecto a la corrupción del lenguaje, a la apología de la violencia y del crimen, palabras o imágenes procaces, las películas norteamericanas tienen una buena dosis, principalmente de violencia y criminalidad. La mayor parte de las películas transmitidas durante el periodo referido, su principal ingrediente es la violencia y además dejan ver a los personajes de origen mexicano o latinoamericano como los villanos, los malos, los inferiores, los que nunca se podrán igualar a los ciudadanos estadounidenses.

En cuanto a los dibujos animados y a las películas para niños que transmite éste canal ya sean de caricaturas o de personas reales y aunque no son producciones mexicanas y aunque no son programas netamente educativos y aunque no hablan directamente de la comunidad mexicana, éstas cumplen mínimamente con lo estipulado en la Ley, ya que en algunas, sí se procura el desarrollo armónico de la población infantil, la convivencia familiar, la solidaridad humana, el buen entendimiento con la naturaleza, el cuidado de los animales y aunque sea un poco, el conocimiento de la comunidad internacional (hay valores y conductas que son universales); como por ejemplo: “Mickey y sus amigos”, “Las Aventuras de Winnie Pooh”, “Thomas el Tren”, “Bob el Constructor”, “Lilo y Stitch”, “El Libro de la Selva”, “Beethoven”, “101 Dálmatas”, “La Era del Hielo”, “Toy Story”, “Cars”, “Casper y la Mágica Wendy”, “Casta de Campeón”, etc.

A continuación, analizaremos gráficamente lo que los programas infantiles (a través de sus protagonistas) proyectan más allá del color, el lenguaje y el movimiento:

- 1) Mickey y sus amigos
- 2) Las aventuras de Winnie Pooh
- 3) Disney club
- 4) Barney y sus amigos
- 5) Thomas el tren
- 6) Lilo y Stich
- 7) Zack y Cody

LOS PROTAGONISTAS	LA CULTURA	LOS SIMBOLOS	LOS MITOS
Un ratón, un pato y un perro ( <b>Mickey y sus amigos</b> )	Mensajes directos, mensajes subliminales, El cuidado de la naturaleza	Amistad, honestidad, inclusión, convivencia familiar	El líder, el héroe, la comunicación
Un oso, un tigre y un conejo ( <b>Las aventuras de Winnie Pooh</b> )	Vida cómoda, el cuidado de la naturaleza	Amistad, honestidad, inclusión, convivencia familiar	La comunicación, el líder
Unos dinosaurios ( <b>Barney y sus amigos</b> )	Comunicación, música, baile, educación a través de adultos, el cuidado de la naturaleza	Amistad, honestidad, inclusión, convivencia familiar, normas urbanas	La imaginación, el héroe,
Un tren parlante ( <b>Thomas el tren</b> )	Comunicación, enseñanza, el cuidado de la naturaleza	Amistad, honestidad, inclusión, convivencia familiar	La imaginación, la comunicación
Una niña y un extraterrestre ( <b>Lilo y Stich</b> )	Vida cómoda, música, baile, educación a través de adultos, el cuidado de la naturaleza	Amistad, honestidad, inclusión, convivencia familiar, normas urbanas,	superpoderosos

Fuente: elaboración propia, a partir de la programación del canal 7 de TV Azteca

Es importante señalar que todos los programas de donde se obtuvieron éstos datos son de manufactura estadounidense, por tal motivo reflejan una vida plena, libre, feliz, llena de todos los satisfactores que una sociedad de primer mundo puede proporcionar, sin embargo, la vida de nuestros niños puede llegar a ser totalmente diferente si consideramos que somos parte de un país subdesarrollado y nuestra cultura y satisfactores son totalmente diferentes, sin embargo, pueden ser de gran ayuda si consideramos que algunos símbolos pueden ser universales, como la amistad, la honestidad, la convivencia familiar, las reglas urbanas, es decir, de alguna manera, éstos programas pueden coadyuvar en el desarrollo de nuestros niños mostrándoles lo importante que resulta ser la familia y los amigos en la vida diaria.

Mención aparte merecen los programas y películas que se transmiten en horario familiar (también de manufactura norteamericana) y que constantemente aparecen personas fumando o ingiriendo bebidas alcohólicas, lo cual, de acuerdo con la ley, no debiera existir, ya que se convierte en un mal ejemplo para la comunidad infantil que en ese momento está viendo la televisión.

Por su parte, los programas deportivos como “Box”, “WWE Smackdown”, ocasionalmente el futbol soccer o americano, entre otros, los cuales se transmiten casi siempre por la noche, durante los comerciales publicitan, entre otros, bebidas alcohólicas y comida “chatarra” que llegan al subconsciente de los niños generando una necesidad de éstos productos que en su mayoría son nocivos para la salud.

Como podemos ver, la programación de los sábados y domingos que transmite el canal 7 de Televisión Azteca y el canal 5 de Televisa, tiene muy poca variedad y los programas que están dirigidos especialmente para los niños, que en su mayoría son dibujos animados, no tienen mayores pretensiones, pero, sí queremos una niñez mejor, más educada, con más valores, con más



pretensiones, que pueda hacer un mundo mejor, una sociedad mejor; debemos darles una televisión con calidad, educativa, entretenida, con valores, con buenos ejemplos, que les ayude a su desarrollo tanto físico como mental, y también en donde puedan encontrar una extensión de lo visto en la escuela o alguna actividad manual o algún recorrido por nuestra extensa historia ya sea nacional o mundial y que no únicamente se convierta en la nana o entretenedora de los niños a falta de alguna otra actividad que hacer.

En sí, las dos televisoras únicamente reproducen el modelo comercial y ofrecen sólo diversión, con base en programas comerciales de entretenimiento y esparcimiento y pese a los 18 años que lleva al aire TV Azteca y los más de 60 de Televisa, no han llegado a constituirse en una opción diferente de los demás canales que actualmente están vigentes, al contrario, es más de lo mismo para los espectadores, pero eso sí, ganancias millonarias para sus propietarios.

### 4.3 PERFIL DE AUDIENCIA DEL CANAL 7 DE TV AZTECA y 5 DE TELEVISIA

En este apartado del capítulo hablaremos primeramente del concepto específico de *audiencia* para después ir directamente a la audiencia que capta la programación transmitida por el Canal 7 de TV Azteca y el Canal 5 de Televisa.

Tal como hoy lo conocemos, la audiencia es un término tan cotidiano que quizá todos creemos saber exactamente bien lo que significa, sin embargo, a veces se torna un poco complicado; ya que se podría confundir con algunos otros conceptos como por ejemplo, espectador. Para introducirnos en su análisis diremos primeramente que: *audiencia* es un conjunto de receptores con características específicas y bien delineadas que requiere reunir al menos cuatro elementos importantísimos para su propia existencia:

1. una sociedad de consumidores;
2. medios de comunicación masiva;
3. anunciantes interesados en la publicidad de sus productos; y
4. investigación de mercado.<sup>96</sup>

Es cierto que no todo lo referente a la audiencia sigue los principios de la publicidad, ni ocasionalmente, su objetivo central es saber cómo se generan consumidores a partir de los medios masivos de comunicación, es más bien, un proceso más enfocado a los ciudadanos que a los consumidores.

“Sin embargo, en nuestro país, en nuestra sociedad la audiencia de los medios de comunicación de masas se produce y planifica, especialmente regida por el interés de los anunciantes en llegar al mayor número de personas de las características que requieren sus mercancías”.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> CALLEJO Javier, Investigar las Audiencias, México, Editorial Paidós, p.17

<sup>97</sup> *Íbidem*, p. 19

Ténganse en cuenta que para anunciarse a sus posibles consumidores los productores de mercancías necesitan primeramente acercar a la gente a los medios de comunicación. Es por eso que cuando se habla o se propone investigar la audiencia, aún la de carácter comercial, existe un interés por la otra parte, esa otra parte que solemos ser todos los que en algún momento dado nos ponemos delante de un televisor, encendemos una radio o navegamos por la Internet.

Quien forma parte de la audiencia es, en primer lugar, consumidor de medios de comunicación y, en segundo lugar, potencial consumidor de todo lo demás. Es así que los medios de comunicación se convierten en medios de producción en donde la audiencia es su principal producto.

El comportamiento de la audiencia está condicionado por el medio. En el caso del cine nos encontramos con un espectador selectivo, ya que la elección que lleva a cabo implica un desembolso económico, un desplazamiento y el abanico de programación está más restringido que el televisivo, y sobre todo si se cuenta con televisión de paga. También influyen factores ajenos al espectador como el aforo de la sala, horarios, fechas de exhibición, etc.

En lo que respecta a la televisión, se trata de un espectador más heterogéneo ya que es un medio doméstico y “gratuito” y por lo tanto de fácil y de cómodo acceso. Este tipo de audiencia es menos selectiva que la del cine porque busca en la televisión básicamente entretenimiento y diversión.

Asimismo, la audiencia se produce y planifica principalmente para complacer el interés de los anunciantes en llegar al mayor número de personas de las características que requieren sus mercancías. Por ello, podemos afirmar que quien forma parte de la audiencia es, en primer lugar, consumidor de medios de comunicación y así éstos últimos se convierten en medios de producción, la

audiencia es su principal producto. Aquí, el mensaje subliminal se encarga de inscribirse en el cuerpo y producir hambre, sed, deseo, etc.

“Pensar en la audiencia es, sobre todo, pensar la relación que tiene con los medios que, a su vez, la producen. Se establece así la relación dialéctica por la que, si los medios son los que producen la audiencia, ésta es la que justifica la razón de ser de aquéllos. Los medios se reproducen produciendo audiencia. La audiencia produce los medios que la reproducen”.<sup>98</sup>

La audiencia la construimos todos los integrantes de una sociedad, incluso aunque algunos no estén considerados como receptores por el emisor quien es, al final de cuentas, quien pone en funcionamiento el medio de comunicación. Es tal la unión, que audiencia y sociedad tienden a unificarse.

Esta audiencia de la que hablamos también designa el tipo y número de personas que entran en contacto con el medio durante un periodo de tiempo dado en relación con el total de personas que siguen la programación de un medio de comunicación determinado, a lo que también se le ha dado por llamar *share*.

La relación entre publicidad e información se da precisamente por la audiencia, así como la relación entre información y publicidad cambia en relación al medio, asimismo, el medio no sólo accede a los consumidores, sino que también los produce. Así que, en donde hay consumidores específicos en cierto número, puede haber un medio específico dedicado a ellos. Pero sobre todo y lo más importante, es que el medio tiene que justificar ante el anunciante el resultado de la inversión publicitaria y de igual manera, ofrecer resultados; y de hecho, si no fuera por esta presión, directa o indirecta, de los anunciantes, veríamos declinar el interés por el conocimiento industrial de la audiencia de muchos responsables de medios de comunicación.

---

<sup>98</sup> CALLEJO Javier, op cit, p. 60

En nuestros días y en nuestra sociedad capitalista-consumista, un medio que no produzca consumidores tarde o temprano está condenado a la desaparición.

Lo que reúne a los individuos en audiencia es el consumo de un medio. El medio es el que homogeniza, el que hace iguales a los integrantes de una sociedad que lo siguen y lo sintonizan. Asimismo, los medios son muy fácilmente dominados por la lógica del capitalismo de consumo, convirtiéndolos en medios para el consumo, para la publicidad. La parte fundamental de la investigación comercial de audiencias es una investigación que busca desesperadamente consumidores para venderles publicidad.

Quien forma parte de la audiencia es, en primer lugar, consumidor de medios de comunicación, y en segundo lugar, potencial consumidor de todo lo demás. Cuando hay que producir al consumidor, para lo que supuestamente el consumidor demanda, los medios de comunicación se convierten en medios de producción, dado que la audiencia es su principal producto.

Si hay algo que amasan los denominados medios de comunicación de masas son consumidores.<sup>99</sup> Es decir, los medios, a través de la audiencia buscan consumidores para venderles publicidad. Así, los medios tienden a ser dominados por la propia lógica del capitalismo de consumo, convirtiéndolos en simples medios para el consumo.

“La competencia entre medios está dominada por la competencia por la audiencia para ofrecerla a la publicidad”.<sup>100</sup>

Salir exitoso de la batalla por conseguir la audiencia es muy complicado, pero mantener ésta victoria, es todavía más. Así pues los programadores viven una inseguridad permanente que constantemente se está realimentando.

---

<sup>99</sup> OROZCO Gómez Guillermo, *Tele y Audiencias, un enfoque cualitativo*, Madrid, Siglo XXI, 1999, p.77

<sup>100</sup> CALLEJO Javier, *op cit*, p. 74

La audiencia se gana siempre a costa del otro, es una competición por un público inestable incluso, a veces, el programador no tiene el control sobre la programación la cual casi siempre está controlada por la publicidad. Esto afecta a la difícil tarea de conseguir la máxima audiencia y mantenerla. A pesar de estas dificultades, existen algunas series de pautas para programar que pueden ayudar a los programadores a conseguir el tan deseado triunfo. En la confrontación directa se opta por captar los mismos *target* que la competencia. También existe la opción de conservar a un público minoritario, pero fiel.

Es momento de hablar ya concretamente del perfil de público que capta la programación transmitida por el Canal 7 de Televisión Azteca, el cual se identifica con las siglas XHIMT y con el lema “Señal con Valor” y la del Canal 5 de Televisa con las siglas XHGC.

De esta manera, se deseaba no sólo personalizar las estaciones, sino también adentrarlas en la mente del televidente a partir de una frase reiterada y constante en diversos medios y momentos hasta hacerlas familiar para el consumidor y por supuesto para el anunciante.

El lema de identificación y las siglas del canal no sólo representaron un cumplimiento al ordenamiento en materia de la Ley Federal de Radio y Televisión, referente al corte de estación con un intervalo de 30 minutos, sino también fue una forma de individualizar y darle nombre a los canales de televisión para una mayor identificación.

En un principio, y al carecer de recursos económicos, administrativos y de un proyecto innovador, así como por problemas técnicos en el equipo y la falta de cobertura, Canal 7 se convirtió en repetidor del Canal 13.

Con una mayor cantidad de ingresos, TV Azteca logró invertir en la creación de una imagen atractiva no sólo para el televidente, sino también para el anunciante. Así, lo primero fue perfilar cada canal de televisión según el tipo de público, es decir, se pensó en una programación para cada estación que interesara a cierto sector. De lo que se trataba era ganarse al teleauditorio pero sin competir entre sí.

Cuando la televisora se privatizó y quedó en manos del Grupo Salinas, el nuevo dueño Ricardo B. Salinas Pliego dejó claro que (como ya vimos) la televisora, a través de su programación coadyuvaría en el proceso educativo de los televidentes, entre otras cosas, sin embargo y años después declaraba que “el Canal 7 tendría una programación de corte juvenil e infantil con el propósito únicamente de entretener, ya que para educar está la familia y la escuela, dijo; también dejó claro que la naciente televisora se adecuaría a lo que la sociedad pidiera, si ésta pide programas como los de Televisa “eso se les dará”, y aclaró que la televisión es un medio de entretenimiento y de esparcimiento y para que un sistema democrático funcione, debe haber mayor educación y progreso económico. “Yo creo que la televisión no tiene qué ver”.<sup>101</sup>

También en su momento, Salinas Pliego dijo: “no queremos hacer de la televisión un vehículo político. Nuestro proyecto es tener una televisión de diversión. Debe haber proyectos comerciales de entretenimiento, de sana diversión y esparcimiento. Los letrados le llaman el derecho a tener un ocio sano, cultivar el ocio”.<sup>102</sup>

Añadió: “evidentemente no vamos a competir donde Televisa hace bien las cosas, pero hay muchas maneras de entretenimiento y esparcimiento. Vamos a buscar segmentos de mercado que no son atendidos por Televisa. En el 80% de los telehogares, hay una sola televisión. Entonces, hay segmentos en donde podemos encontrar algunos nichos donde no llega Televisa. Nuestra intención con el Canal

---

<sup>101</sup> Entrevista publicada en la Revista Proceso, en el no. 873, del 26 de julio de 1993, p. 6

<sup>102</sup> Op. cit., p.11

7 es reforzar lo que está bien hecho, tiene debilidades que hay que superar, pero ya va encontrando su personalidad. También le vamos a imprimir un carácter totalmente juvenil, que ya se está elaborando y es donde esperamos dar la gran sorpresa".<sup>103</sup>

Estas palabras se dijeron en 1993 y hoy, en pleno siglo XXI la realidad de la programación del Canal 7 no ha variado un ápice, al contrario, las buenas intenciones se han perdido y hoy ni siquiera la televisora tiene un perfil bien definido.

Lo anterior contradice en mucho lo que en un primer momento los dueños de la televisora presentaron como objetivos y propósitos en su solicitud de compra, los cuales fueron, entre otros "incrementar la cultura nacional", "difundir la identificación de valores, la integración familiar, el avance y el progreso del país, el conocimiento de nuestra cultura y costumbres" y por supuesto que dejó bien claro que "el propósito de la programación infantil será divertir e instruir, fomentando en los niños la adquisición de buenos hábitos".<sup>104</sup>

Asimismo, "otro de los objetivos era lograr la audiencia, porque ésta es la que da valor a este negocio. Se vive o se muere con la audiencia. Y la audiencia se logra con programas. Primero intentamos comprar programas, pero desgraciadamente no nos funcionó, así que tuvimos que desarrollar nuestros propios programas".<sup>105</sup>

Desde su privatización, esta empresa entró en una etapa en la cual ha ido copiando y probando las fórmulas de su competidor más directo en México, Televisa. Las cuales prevalecen hasta nuestros días.

---

<sup>103</sup> Op cit, p.11

<sup>104</sup> Op cit, p. 7

<sup>105</sup> Revista Proceso, "El paraíso es el monopolio": se destapó Salinas Pliego ante inversionistas, luego de concretar el golpe contra los Saba" por Miguel de la Vega, 10 de agosto de 1997, no. 1084, p.67



Únicamente se ha tratado de divertir y entretener porque está más que claro que los propósitos de educar, de fomentar la cultura y las costumbres, etc. expresados en su momento, se han quedado únicamente en eso, sólo propósitos dichos por un grupo que únicamente quería quedar bien con el gobierno para poder cerrar la compra sin ir más allá, sin querer estar realmente comprometidos con la sociedad que realmente es quien los sostiene como empresa.

Hoy día los dirigentes de los canales de televisión quitan, ponen, mueven, suben y bajan programas a su parecer sin siquiera tomar en cuenta la opinión de los televidentes. Asimismo, la estrategia de Televisión Azteca es acomodar sus fichas de juego únicamente en favor de los publicistas, es decir, si un programa lo ven muy pocas personas sin el mínimo respeto por éstas lo mueven o lo quitan de acuerdo a las exigencias de la publicidad.

El *target* <sup>106</sup> del Canal 7 de Televisión Azteca y del Canal 5 de Televisa es hombres y mujeres de entre 3 y 40 años. “La estructura de nuestra programación nos permite dirigirnos específicamente a públicos bien delimitados y definidos. En una sociedad tan diversificada como la nuestra no es posible tratar al televidente como un componente más de una enorme masa, cada persona tiene ciertos gustos e intereses. Así lo vemos en TV Azteca, por eso nuestra programación es un compendio de programas de interés dirigidos a públicos específicos”.<sup>107</sup>

En el campo de los promocionales, Televisión Azteca empezó a preocuparse por crear la imagen de sus canales y de ella misma. Aunque con menor cantidad de infraestructura, intenta llamar la atención del televidente involucrándolo con sus lemas, sólo que en ocasiones, lo único que hace es repetir los modelos de Televisa.

Logrando con esto, alejarse cada vez más de lograr una personalidad propia que permita a los televidentes una plena identificación y fidelidad permanente.

---

<sup>106</sup> Tipo de audiencia de un programa o perfil del telespectador.

<sup>107</sup> Palabras expresadas en un folleto institucional proporcionado a los publicistas

#### **4.4 ¿EXISTEN CONTENIDOS EDUCATIVOS EN LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL 7 DE TV AZTECA Y CANAL 5 DE TELEVISA?**

Quizá a simple vista y después de revisar los capítulos anteriores, sería muy fácil de contestar esta pregunta, sin embargo, diremos un poco más.

Como sabemos, los medios masivos de comunicación tienen una ley que se supone fue creada para regular su función y contenidos. Hablando de ésta y específicamente, en el artículo 10, apartado II dice que, compete a la Secretaría de Gobernación vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional y que promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y entretenimiento, asimismo, coadyuvar a su proceso formativo.

Atendiendo a esto y una vez vista la programación del canal 7 de Televisión Azteca y la del canal 5 de Televisa, nos podemos dar cuenta que, por lo menos éste artículo, se viola flagrantemente, ya que ésta, no apoya el proceso formativo-educativo de los niños, es más, se podría decir que ni siquiera hacen el más mínimo intento, ya que únicamente transmiten programas que en algún momento pudieran sólo entretener y que además son programas estadounidenses, hechos con la mentalidad y la cultura de nuestros vecinos del norte y no se asemejan a la vida y necesidades de la gran mayoría de los niños mexicanos que por nuestra cultura, pudieran demandar cosas y situaciones muy diferentes a las que ven en la televisión.

Sin bien es cierto que la televisión es un medio masivo de entretenimiento y ya que miles de personas están atentas a su programación, bien pudiera colaborar aunque sea un poco en el proceso educativo de los niños y porque no, también de los adolescentes y los adultos con programas que hablaran de nuestra extensa cultura, de nuestra vasta historia nacional o también mundial, de los diferentes estados de la República, de los personajes de la historia nacional, en fin, temas hay muchos, lo que falta es un verdadero compromiso por parte de los dueños y programadores de las cadenas televisivas, pero como ya vimos, en el mundo de la televisión, lo único importante es el raiting, la competencia, la mayor captación de miradas, las ganancias.

Quizá los concesionarios pudieran argumentar que lo que ellos buscan es la audiencia, y los programas culturales o educativos no generan ni lo más mínimo de *rating*, sin embargo se podría buscar alguna manera de darle a los programas educativos color, movimiento y variedad que permita llamar la atención de los televidentes y los mantenga cautivos.

Debemos de tener claro que no siempre cultural o educativo es sinónimo de aburrimiento y mala calidad; es en ese punto en donde los creativos de la televisión deberían de trabajar para apoyar, aunque sea un poco, el proceso educativo de la población infantil de nuestro país, que tanta falta le hace.

Hablando concretamente de la programación de sábado y domingo del Canal 7 de Televisión Azteca y del Canal 5 de Televisa, y una vez visto lo que se transmite durante éstos días, es fácil señalar que su programación no favorece la necesidad imperante que existe en nuestro país de educación y cultura, ya que la programación únicamente es para entretener y hacer pasar el tiempo sin más pretensiones y sin tomar en cuenta el enorme rezago educativo en el que se encuentra la población infantil de nuestro país.

Sin embargo, el gobierno federal, a través de la Ley Federal de Radio y Televisión pretendía otra cosa al dictar en su artículo cuarto que “la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”; o por lo menos eso quiso aparentar ante la sociedad porque en la práctica sabemos que no se acatan las leyes y mucho menos el gobierno las hace cumplir.

Bueno, pero que se puede esperar de un empresario que al principio de todo el proceso de licitación prometió que la televisora estaría al servicio de la comunidad y que apoyaría al gobierno en su labor social y después, una vez ganada la subasta su discurso sería totalmente diferente y a veces hasta despectivo y burlón como lo veremos a continuación.

En una entrevista que Ricardo B. Salinas Pliego, actual dueño de Televisión Azteca dio para la revista *Proceso* dijo que:

*“Yo pienso que la responsabilidad primaria de educar a nuestros hijos corresponde a los padres. Pedirle a la televisión que eduque, pues está mal. La televisión puede complementar ciertas cosas, transmitir ciertos valores. Pero la función de la televisión no es educar. Para eso están la familia, la escuela. Sin embargo, en México inevitablemente termina educando porque lo hace por default, porque los padres no están. ¿Quién es su modelo, quién los educa? pues la televisión, pero eso es responsabilidad de los padres; sin embargo, reconozco que teniendo una sociedad con escolaridad tan baja, con elevados índices de analfabetismo y una gran deserción escolar en todos los niveles, sin un suficiente impulso educativo, la televisión es un factor apabullante en la educación de cualquiera”*.<sup>108</sup>

Sin embargo y a pesar de reconocer estas carencias, la programación de los fines de semana del canal 7 y del canal 5 no ayuda en nada a mejorar ésta situación, es más, ni siquiera se hace el más mínimo intento, dado que la mayor parte del

---

<sup>108</sup> Revista Proceso, “Salinas admira a Salinas”, 26 de julio de 1993, no. 873 no. 873, p.12

tiempo se proyectan películas norteamericanas en donde se deja ver una cultura con valores y necesidades muy diferentes a los nuestros.

Y continuó: *“también la televisión transmite ciertos valores, ya que dice, haz esto y esto y vas a ser un ganador, o vas a tener chicas o vas a poder comprar lo que quieras, etc. por ejemplo, a los hombres de negocios en todo el mundo siempre nos hacen ser los malos de la película; basta ver las series norteamericanas de violencia y acción en donde el malo siempre viste de mezclilla y camisa sencilla y el bueno de traje, elegante y bien combinado. Ahí está educando, transmite ciertos valores, pero eso es diferente a educar, en el sentido de enseñar las tablas de multiplicar o a leer”*.<sup>109</sup>

Es por eso que es urgente ver a la televisión no únicamente como se le ha calificado por muchos, como la “caja idiota”, podría llegar a ser un excelente medio transmisor de ideas, imágenes, frases, etc. que verdaderamente sirvieran a los niños para su desarrollo educativo y social, aunque fuera tan solo unos cuantos minutos al día, porque si se puede.

Añadió: *“es difícil decir si nosotros haríamos algo distinto, ante todo, tenemos que buscar audiencia, que la gente nos vea, porque si nadie nos ve, qué caso tiene hablar de programas de calidad. Yo puedo tener un programa maravilloso, pero si nadie lo ve porque no le interesa, ¿qué validez podría tener?, eso mismo le pasó a la televisión oficial y por eso el Estado decidió desincorporar los medios. Cuando un programa no lo ve la gente, quiere decir que no sirve. Y si la gente pide programas como los de Televisa, eso se les dará. Nuestra idea es que a través de la televisión pongamos nuestro granito de arena para que las cosas en este país mejoren en lo económico y en lo social. El problema no es detectar el error, sino qué hacer para solucionar esto; yo creo que es ahí en donde nos tenemos que enfocar”*.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> Op cit, p. 12

<sup>110</sup> Op cit, p. 13

Sin embargo, han pasado más de 19 años y esas palabras siguen en el aire, no se ha hecho nada al respecto, es más ni siquiera se ha intentado y cada día que pasa el canal 7 pierde personalidad y perspectiva, hoy por hoy no tiene ninguna línea ni objetivos que perseguir, ni público a quien captar; hace mucho dejó de ser el canal infantil y juvenil de TV Azteca, ya ni siquiera para sus compradores tienen un perfil específico y eso se nota a simple vista; tal parece que el canal 7 no le interesa mucho a los dueños de la televisora.

Es rescatable el corte informativo de dos minutos que dos veces al día se presenta llamado "Las Siete del Siete", en donde se dan las siete noticias nacionales e internacionales más sobresalientes del día. De ahí en fuera, todo lo demás es mero entretenimiento sin mayores pretensiones.

## CONCLUSIONES

Para concluir haremos énfasis en algunas tendencias que nos parecen importantes. Después de analizar la programación del sábado y domingo del Canal 7 de Televisión Azteca y Canal 5 de Televisa podemos asegurar que dos rasgos fundamentales caracterizan a éstas televisoras, el entretenimiento y la comercialización.

Hasta hoy, éstos canales únicamente parece que están buscando en todo momento el sustento que da la publicidad, lo cual como podemos suponer condiciona la composición de su programación; es por esto que Televisión Azteca y Televisa en su búsqueda de mercados han intentado desesperadamente ganarse a los espectadores que aún existen dispersos, pero lo hacen con un cierto grado de improvisación y sin una línea clara para sus canales.

Como vimos, la programación que nos presenta el Canal 7 de Televisión Azteca y el Canal 5 de Televisa, sin duda quisiéramos que fuera más variada, que tuviera tintes educativos, culturales, que fuera más plural y reflexiva, pero no es así; estos canales que en un principio intentaron algunos cambios de lo que es la televisión tradicional, no tuvieron mucho éxito ya que su línea está totalmente marcada por las estrechas normas comerciales.

Es innegable que la red televisiva ha alcanzado a todas las personas de nuestro país, hasta en el lugar más recóndito ya existe por lo menos una televisión, por tal motivo, sería importante y necesario que los concesionarios atendieran las necesidades sociales en cuanto al rezago educativo y cultural se refiere, dejando a

un lado las condiciones económicas y que utilizaran un poco más de tiempo para contribuir con las autoridades respectivas en el proceso educativo de los niños, principalmente.

Ya que no necesariamente lo educativo y cultural debe ser aburrido, aún contamos en nuestro país con excelentes creativos que si se los permitieran, harían grandes cosas en favor de la comunidad infantil, logrando así, que la televisión vaya más allá del entretenimiento puro y llano, a un entretenimiento con más sentido, con objetivos educativos y culturales.

Desde el inicio de la industria televisiva mexicana y al quedar ésta en manos de capitales privados, cualquier intento de establecer un modelo de televisión diferente al modelo comercial, ha fracasado. Esto es el resultado de mecanismos y relaciones entre grupos de poder, entre Gobierno y empresarios, los cuales no permiten ni siquiera intentos de televisión alternativa avocada a un beneficio público y sin condicionamientos privados y gubernamentales.

Durante los últimos años la sociedad en su conjunto ha cambiado, se actúa con más libertad, las normas y valores son diferentes a los de antes, se vive diferente. Hay personas que dicen que estas modificaciones de la sociedad son causadas en parte por la televisión ya que este medio tecnológico puede influir en la mente de los espectadores al grado de llegar a estimular sus instintos básicos como comer, dormir, comprar, etc. a fin de poder manipular y condicionar su conducta, sus gustos y necesidades. Gracias a esta acción, los grandes consorcios comerciales se ven beneficiados al inducir a los teleespectadores a consumir y a imponerles creencias enajenantes y controladoras, principalmente en los niños, ya que estos ven la televisión desde pequeños y se forman una cierta imagen del mundo, esto podría ser peor cuando no tienen al lado algún adulto que los guíe o los oriente acerca de lo que están viendo.



Sin embargo y como lo mencionamos anteriormente, esto puede cambiar si las autoridades correspondientes modificaran y actualizaran la ley respectiva de tal manera que se inclinara más al beneficio social de la población que al económico de los concesionarios. Respecto a esto, queda claro que el principal objetivo de los concesionarios es la ganancia económica, sin embargo, aun siendo así también éstos podrían coadyuvar con el progreso y desarrollo del país transmitiendo a través de sus canales de televisión programas llamativos y entretenidos con dosis de cultura, educación, temas didácticos, pasajes históricos, etc.

Por su parte, la legislación en cuanto a medios de comunicación audiovisuales se refiere ya es obsoleta y anacrónica, únicamente favorece al concesionario o distribuidor y deja en el aire algunas formas de operar y la libertad de actuar como más les convenga sin tomar en cuenta, aunque sea un poco, a la población que sigue sus transmisiones día a día.

Ante esto, cabe señalar que el actual gobierno federal ha dado un gran paso en este rubro presentando el pasado 12 de marzo, una iniciativa de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual ya fue aprobada por las Cámaras de Diputados y Senadores y actualmente se encuentra en tránsito en los Congresos Estatales.

Dicha reforma contempla, principalmente, crear nuevos órganos de regulación de competencia, como por ejemplo un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, el cual será el responsable de vigilar que dicha ley se ejecute cabalmente; este organismo fungirá como órgano asesor del Ejecutivo Federal en materia de radio y televisión.

Contempla también otorgar nuevos permisos para operar dos nuevas cadenas de televisión abierta y una tercera gubernamental operada por el Estado, con lo cual esperamos que se genere una verdadera competencia que obligue a mejorar los

servicios y los contenidos y se pueda establecer una televisión que verdaderamente respete la ley. Asimismo, propone también regular las tarifas impuestas al IFE por los respectivos spots publicitarios y mediar el tiempo destinado a las diferentes transmisiones de los Gobiernos Federal y locales, entre otros alcances.

Sin embargo y mientras se aprueba dicha reforma a la ley, proponemos que verdaderamente se haga cumplir la actual Ley Federal de Radio y Televisión, a través de una autoridad más estricta, más fuerte y que el organismo Radio Televisión y Cinematografía (RTC) el cual hasta hoy es el responsable de hacer valer y respetar lo establecido en dicha ley tenga las debidas facultades para actuar con más autonomía, que cuente con más presupuesto, con una estructura más fuerte que permita imponer directamente sanciones ejemplares, montos considerables que obliguen a los directivos de los canales de televisión a tener estricto cuidado en sus prácticas y sobre todo en sus contenidos para que éstos verdaderamente cumplan con lo establecido en la ley, para que verdaderamente su programación se estructure en beneficio de los televidentes y porqué no, coadyuven también al proceso educativo de la niñez de nuestro país con programas que aparte de divertirlos y entretenerlos, les ayuden a reafirmar algún conocimiento adquirido durante la convivencia familiar o en la escuela o simplemente en la vida diaria sin que necesariamente esto sea sinónimo de tedio o aburrimiento, ya que la educación también puede ser divertida e interesante.

También se puede decretar que los concesionarios paguen algún tipo de impuesto el cual pudiera ser utilizado para la construcción o mejoramiento de aulas escolares, salones comunitarios o espacios recreativos o didácticos de verdadera y alta calidad en donde la prioridad sea la difusión de temas educativos, culturales o artísticos con mucho color y movimiento para que puedan ser agradables a los usuarios y puedan generar amplia expectativa para tener, así, alta demanda para que en lugar de cerrar a corto plazo, puedan crecer cada vez más.

Otra propuesta, es que también la Secretaría de Gobernación a través de RTC solicite a las cadenas televisoras otorgar determinado tiempo en especie el cual podría ser utilizado para apoyar el proceso educativo de los niños con cápsulas llenas de luz, color, movimiento, etc. en donde se presenten pasajes históricos, consejos para tener una buena salud, para aprender algún idioma, reglas para una buena convivencia familiar o en la comunidad, etc. si se busca, ideas sobran.

Todo está en que verdaderamente el gobierno se ponga exigente y no ceda ante las presiones de los monopolios que se han apoderado de uno de los medios de comunicación más importantes como lo es la televisión, ya sea abierta o de paga.

Proponemos también, que la ley sea totalmente clara y específica y que el organismo que nuestros dirigentes designen, obligue a los diferentes concesionarios a devolver a cambio del permiso para transmitir y por supuesto lucrar, una programación que beneficie a los diferentes sectores de la población, principalmente a los niños, quienes en este trabajo son el objetivo principal y el más importante grupo poblacional de nuestro país dado que ellos son el futuro de nuestra nación y si queremos tener un futuro prometedor y con mejores expectativas tenemos primero que educar y guiar a nuestra niñez, y para ello, la televisión podría ser una herramienta de gran ayuda y colaboración.

Este es el momento de reconfigurar lo establecido en el ámbito de las telecomunicaciones y dado que las tecnologías han tenido un desarrollo vertiginoso en los últimos años, es preciso que el marco jurídico y las condiciones de mercado se actualicen para un mejor aprovechamiento de las mismas y para evitar así, que las leyes se sigan infringiendo deliberadamente. Inicia un nuevo sexenio y además hay mucha demanda de transparencia, de cambios, de modernidad por parte de la sociedad. Es momento de encaminar positivamente el poder persuasivo que ejercen los medios de comunicación sobre la población de nuestro país.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUADO Guadalupe, Retos de la televisión en Europa: viabilidad y tendencias de mercado, documento de trabajo, Nebrija, Madrid, 2005.

AGUILAR Zinser A., Medios masivos de comunicación: ¿función ideológica o función económica? En CEESTEM, vol. 3, sept. 1980, no. 3, México.

ALTHUSSER Luis, Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Ediciones Quinto Sol, México.

BAENA Paz Guillermina, Instrumentos de investigación, Editores Mexicanos Unidos, México, 1980.

BERTRAND Jean Claude, La televisión en Estados Unidos ¿qué nos puede enseñar?, Ediciones Rialp, Madrid, 1992.

BOSCH García C., La técnica de investigación documental, UNAM, México, 1990.

CALLEJO Javier, Investigar las audiencias, un análisis cualitativo, Editorial Paidós, México, 2000.

CASSIRER R. Henry, Televisión y enseñanza, en colección “Prensa, cine y radio en el mundo de hoy”, Ediciones Solar, Buenos Aires, 1989.

CHARLES Mercedes, La escuela y los medios de comunicación social en Perfiles Educativos, no. 34, UNAM, 1986.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

DE FLEUR M.L., Teorías de la comunicación de masas, Ediciones Paidós, México, 1999.

Enciclopedia técnica de la educación, Editorial Santillana, vol. III, México, 2004.

ESCUADERO Yereña Ma. Teresa, La comunicación en la enseñanza, en textos básicos para formación de profesores, no. 5, Editorial Trillas, México, 1989.

FERRES Joan, Televisión y educación, colección Papeles de pedagogía, no. 18, Editorial Paidós.

FERNANDEZ Christlieb F., Los medios de difusión masiva en México, Editorial Juan Pablos, México, 1985.

FIGUEROA Romeo, ¡Qué onda con la radio!, Longman de México Editores, S.A. de C.V., 1996

GARZA Mercado Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, Editorial El Colegio de México, México, 1981.

GRANADOS Chapa Miguel Angel, Examen de la comunicación en México, segunda edición, Ediciones El Caballito, México, 1981.

KARIN Bohmann, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Editorial Alianza, 1989.

Ley Federal de Radio y Televisión, última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 9 de abril de 2012.

Mc LUHAN Marshall, Comprender los medios de comunicación, Editorial Paidós, México, 1996.

Mc QUAIL Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Ediciones Paidós, México, 1996.

MORLEY David, Televisión, audiencias y estudios culturales, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1996.

Reglamento de la LFRyTV en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones en radio y televisión, publicada en el DOF el 10 de octubre de 2002.

RODRIGUEZ Illera J.L., Educación y comunicación, Ediciones Paidós, España, 1988

ROJAS Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, UNAM, México, 1982.

THOMPSON John B., Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Ediciones Paidós, España, 1998.

UNESCO, Comunicación e información, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1988.

ZARUR Osorio Antonio E., El Estado y el Modelo de Televisión Adoptado en México: el Salinismo, Gestión y Estrategia, versión para Internet.

TREJO Delarbre Raúl (coordinador), Televisa el Quinto Poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1987

# HEMEROGRAFÍA

Revista Proceso

Diario La Jornada

Diario Uno más Uno

Revista mexicana de comunicación, abril-mayo, 2005

Revista Comunicación y Sociedad

Revista Nueva Política

# PÁGINAS WEB

[www.tecnología,mediaytelecomunicaciones.com](http://www.tecnología,mediaytelecomunicaciones.com)

[www.hiru.com](http://www.hiru.com)

[www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion](http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion)

[www.avizora.com/publicaciones/television](http://www.avizora.com/publicaciones/television)

[www.saladeprensa.org/art389.htm](http://www.saladeprensa.org/art389.htm)

[www.aldeaeducativa.com](http://www.aldeaeducativa.com)

[www.encarta.msn.es](http://www.encarta.msn.es)

[www.rtve.es](http://www.rtve.es)

[www.uspceu.com](http://www.uspceu.com)

[www.canalsocial.net](http://www.canalsocial.net)

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television>

<http://books.gopgle.com/books>

<http://www.invenia.es>



<http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/tv>

<http://antalya.uab.es/guionactualidad>

<http://es.wikipedia.org/wiki/categor>

[www.pnd.fox.presidencia.gob.mx](http://www.pnd.fox.presidencia.gob.mx)

[www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/ transformación- educativa](http://www.pnd.calderon.presidencia.gob.mx/)

[www.tecnología, media y telecomunicaciones.com](http://www.tecnología, media y telecomunicaciones.com)

[www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex\\_Edusat](http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex_Edusat)

[www.ilce.edu.mx](http://www.ilce.edu.mx)