



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO.

---

---

INSTITUTO PATRIA BOSQUES DE ARAGÓN A.C.  
CLAVE: UNAM 8820-09.

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SUS EFECTOS EN  
EL INDIVIDUO TRADUCIDOS EN APOLOGÍAS QUE  
ROMPEN EL TEJIDO SOCIAL.

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN DERECHO

**P R E S E N T A:**

**ANA ELIZABETH CRUZ CERVANTES**

**ASESOR DE TESIS:**

**LIC. PATRICIA VARGAS MÉNDEZ**

CIUDAD DE MÉXICO,  
2017



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.



**INSTITUTO PATRIA BOSQUES**

**UNAM 8820**

**AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN DE TESIS**

**C. DIRECTOR GENERAL DE INCORPORACIÓN Y  
REVALIDACIÓN DE ESTUDIOS, UNAM.  
P R E S E N T E.**

Me permito informar a usted que la tesis titulada:

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SUS EFECTOS EN EL INDIVIDUO TRADUCIDOS EN APOLOGÍAS QUE  
ROMPEN EL TEJIDO SOCIAL”

Elaborada por:


- |    |                                 |                                 |                           |                                |
|----|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| 1. | <u>CRUZ</u>                     | <u>CERVANTES</u>                | <u>ANA ELIZABETH</u>      | <u>926351459</u>               |
| 2. | _____                           |                                 |                           |                                |
| 3. | _____                           |                                 |                           |                                |
|    | <small>Apellido Paterno</small> | <small>Apellido Materno</small> | <small>Nombre (s)</small> | <small>Num. expediente</small> |

alumno\*(s) de la carrera de LICENCIATURA EN DERECHO

reúne los requisitos académicos para su impresión.

25 de MAY del 2017

  
LIC. PATRICIA VARGAS MÉNDEZ  
Nombre y firma del  
Asesor de la Tesis

  
INSTITUTO PATRIA BOSQUES  
LICENCIATURA EN  
DERECHO  
Clave de Incorporación  
UNAM 8820-09  
Acuerdo CIRE 50/97 del  
18/03/1997.  
sello de la  
institución

  
LIC. PATRICIA VARGAS MÉNDEZ  
Nombre y firma del  
Director Técnico de la carrera

## Agradecimientos

Este trabajo de investigación, no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de la Licenciada Patricia Vargas Méndez.

Muy especialmente, quiero agradecer al Licenciado Gabriel Rodríguez Ángeles, por la asesoría y apoyo en la elaboración de este trabajo de investigación.

Con todo cariño a mis Padres, Arturo Cruz Fabela y María de la Luz Cervantes Madrigal, como un tributo a la formación y educación que han sembrado en mí, siempre serán mis ídolos a seguir.

A todos y cada una de las personas que pusieron su confianza en mí, de que este proyecto llegará a su meta.

Mi más profundo agradecimiento a Miguel Ángel Saavedra Otero, César Olivares González, Génesis Paulina Carlín Aldana y Eliud Adolfo Huesca Mestas por su apoyo incondicional al llenar los días de luz cuando solo existió oscuridad.

Para Elián y Mariana, sin su presencia jamás habría encontrado el sentido a vivir, esto es para Ustedes, los amo.

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>I</b>
---------------------------	----------

### CAPÍTULO I

#### EL ORIGEN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

<b>1.1</b> Medio de comunicación .....	<b>1</b>
<b>1.1.1</b> Etimológicamente la palabra comunicación .....	<b>3</b>
<b>1.1.2</b> Concepto de comunicación .....	<b>4</b>
<b>1.1.3</b> Concepto de medios de comunicación .....	<b>5</b>
<b>1.2</b> Clasificación de los medios de comunicación .....	<b>5</b>
<b>1.2.1</b> Medios primarios .....	<b>12</b>
<b>1.2.2</b> Medios secundarios .....	<b>12</b>
<b>1.2.3</b> Medios terciarios .....	<b>13</b>
<b>1.2.4</b> Medios cuaternarios .....	<b>14</b>
<b>1.3</b> Antecedentes de los medios de comunicación .....	<b>14</b>
<b>1.4</b> Origen de los medios de comunicación .....	<b>18</b>
<b>1.5</b> Proceso de la comunicación .....	<b>19</b>

### CAPÍTULO II

#### MARCO JURÍDICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

<b>2.1</b> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos .....	<b>22</b>
<b>2.2</b> Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión .....	<b>37</b>
<b>2.2.1</b> Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de .....	

	concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión .....	49
<b>2.3</b>	Ley Federal de Cinematografía .....	55
<b>2.4</b>	Ley sobre delitos de imprenta .....	56
<b>2.5</b>	Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano .....	58
<b>2.6</b>	Ley que crea la Agencia de Noticias del Estado Mexicano .....	59
<b>2.7</b>	Leyes de aplicación supletoria en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión .....	60
<b>2.7.1</b>	Ley de Vías Generales de Comunicación .....	61
<b>2.7.2</b>	Ley General de Bienes Nacionales .....	62
<b>2.7.3</b>	Ley Federal de Procedimiento Administrativo .....	63
<b>2.7.4</b>	Código Civil Federal .....	63
<b>2.7.5</b>	Código Federal de Procedimientos Civiles .....	64

## **CAPÍTULO III**

### **LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS INDIVIDUOS**

<b>3.1</b>	Adquisición de conocimiento a través de la comunicación .....	65
<b>3.2</b>	Método Doman .....	66
<b>3.2.1</b>	Influencia del método Doman en la adquisición del conocimiento ...	68
<b>3.3</b>	Función social de los medios de comunicación .....	69
<b>3.4</b>	Los medios de comunicación como hecho político .....	78
<b>3.5</b>	Comunicación masiva .....	88
<b>3.6</b>	Los medios de comunicación como reflejo de la realidad existente .....	89
<b>3.7</b>	Los medios de comunicación como formadores de estereotipos .....	95
<b>3.8</b>	Productos comercializados en los medios de comunicación .....	105

3.8.1	En la prensa escrita .....	107
3.8.2	En la radio .....	107
3.8.3	En la televisión .....	108
3.8.4	En el cine .....	108
3.8.5	En Internet .....	119
3.9	Distribución regulada de productos en los medios de comunicación .....	119
3.10	Comercio ilegal de productos diseñados para los diferentes medios de comunicación .....	122

## **CAPÍTULO IV**

### **LA NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD ESPECIALIZADA EN DELITOS EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN**

4.1	Creación de la Unidad Especializada en Delitos en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión .....	127
4.2	Propuesta para la creación de una Unidad Especializada en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión .....	129

<b>CONCLUSIONES</b> .....	138
---------------------------	-----

<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	143
---------------------------	-----



# INTRODUCCIÓN

Para hablar de los medios de comunicación es fundamental retomar en primer término su surgimiento, el objetivo, la adopción del lenguaje y la recepción de los conceptos, mensajes, medidas y demás elementos lingüísticos que llevaron a las personas a entablar una conversación.

A partir de ello, conforme se desarrollaron las sociedades, se acrecentó el conjunto de palabras, conceptos, imágenes y proyecciones, comunes entre los individuos que permitieron el desarrollo de los diferentes mecanismos dando origen al tejido social, donde paso de ser un acto de necesidad, a un hecho esencial para la formación de la sociedad.

Debido a que la comunicación y el lenguaje eran diferentes, y ante la necesidad de comprendernos, en los diversos grupos sociales, se generó un vínculo que permitiera a los diversos grupos comprender otros idiomas a través de traductores, con el desarrollo de las diversas áreas socio económico se homologó la transmisión de los mensajes.

En un Segundo Capítulo, se enumeraran los diversos ordenamientos jurídicos que establecen las formas de realizar los actos de comunicación mediante el ejercicio de las garantías individuales inherentes a los seres humanos y sus límites frente a terceros.

Así, el dominio del Estado respecto de los canales de distribución de las ondas y frecuencias que permiten la transmisión de mensajes a nivel masivo, su uso y concesionamiento a particulares.

Las cualidades que rigen el uso del patrimonio del estado respecto de telecomunicaciones y radiodifusión en virtud de que son los canales mediante los cuales la comunicación se difunde para llegar a los diferentes sectores de la población.

En un tercer punto se aborda el planteamiento de la importancia del aprendizaje, la capacidad de inteligencia, la concepción de conocimiento y la mezcla de elementos lingüísticos, sonido, imagen, y cintas que permean diferentes estilos, tipos de vida y su influencia para formar estereotipos que influyen de manera positiva o negativa en los sujetos y en su relación respecto de otros dentro de la sociedad.

Se enuncian los eventos que detonaron la explotación de los medios de comunicación siendo estos, la Primera y la Segunda Guerra Mundial en las que participaron Países de América y Asia, alertando y trastocando a África y Oceanía; así los canales de transmisión de información proporcionaron los mensajes acerca del desarrollo de la invasión, avance o disolución de este conflicto armado, desprendiéndose el desarrollo de la tecnología y la transculturización a otras latitudes del planeta.

Al término de la Primera y Segunda Guerra Mundial, los medios de comunicación y la migración detonaron la transculturización y con ello la dispersión de los diferentes idiomas entre los países en el mundo, llevando con esto la carga cultural de un extremo al otro del mundo.

A la par, la industria y la tecnología crecían en formas desproporcionadas presionando a cada humano en el planeta a adquirir nuevos conocimientos y lenguas, para poder integrarse a la nueva realidad en un constante cambio y para ello se encontró como elemento fundamental a los medios de comunicación tales como la prensa escrita, la radio, la televisión. Medios que, para ese entonces requerían de lapsos para llevar o traer un mensaje del emisor al receptor, de forma masiva, difundiendo la información indiscriminadamente.

Dentro del desarrollo de este ciclo se crearon nuevas tecnologías como la informática y la internet, medios que no requerían de días y proveen de cualquier mensaje en segundos de un extremo otro del planeta.

Así las sociedades, que dieron inicio a las naciones, se vieron expuestas a un sin fin de mensajes de otras latitudes generando no solo la transculturización sino fenómenos sociales que surtieron efectos en los individuos pese a que estos mensajes no pertenecían a su bagaje sociocultural, incluso iban contra las normas morales o de derecho. Creando con ello subculturas, estereotipos y nuevas formas de relacionarse diferentes a las que dieron origen a las comunidades primitivas.

En nuestro país, esta influencia de la información a través de los medios se encuentra regulada por diferentes Secretarías de Estado, así como de la Constitución y leyes especiales creadas con ese fin, sin dejar de lado la libertad de expresión, sin embargo, estas normas no son del todo eficaces, lo que genera que actualmente se fomente una distorsión con conceptos en imagen, sonido o proyecciones magneto-electrónicas que traen consigo el rompimiento del tejido social, esto es va en contraposición al punto total para lo cual fueron creados los medios de comunicación.

Derivado de este planteamiento, surge la necesidad de proponer la creación de una Unidad especializada en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión que regule de oficio las violaciones que en este rubro se cometen.

Toda vez que en la actualidad las leyes vigentes no resultan ser eficientes ni eficaces para dotar de una política de prevención a los posibles daños que se generan a los individuos y que conllevan a la percepción de conductas ajenas a la realidad y presumen hacer apología de delitos, que incentivan a los individuos a cometer conductas antijurídicas que dan origen a la descomposición de su relación con la sociedad.

# CAPÍTULO I

## EL ORIGEN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### 1.1 Medio de comunicación

Para comenzar se deberá establecer que es la comunicación, los recientes estudios sociológicos y psicológicos, así como los que versan sobre lingüística han dejado claramente establecido que es imposible pretender descubrir cuando fue entablada la primera comunicación, de hecho, resulta imposible delimitar si existió primero la comunicación o el lenguaje-aprendizaje.

Esto resulta con motivo de que ciertamente para que una persona hubiese sido capaz de indicar la primer manifestación de una idea primero requirió establecer un código, signo o lenguaje que resultara ser idéntico ante otro individuo para poder establecer la comunicación, de ahí que estos conceptos (lenguaje-aprendizaje y comunicación) se encuentren íntimamente ligados sin que exista una línea definida que los desvinculen, de ahí el punto toral del presente trabajo de investigación y el planteamiento que se realiza.

Derivado de ello es fundamental establecer el punto de inicio, esto es, el concepto de la comunicación. La comunicación es la expresión de ideas en diferentes formas que utiliza el ser humano para dar a conocer a otros sus ideas, emociones, esta nace de la necesidad de socializar con sus congéneres.

Wilbur Schramm señala que la comunicación es “un proceso social fundamental, sin ella no existirían ni los grupos humanos ni las sociedades”.<sup>1</sup>

De esta forma, los seres humanos crean el tejido social, mismo que inicia a partir de la forma más instintiva al nacer como lo es el llanto que se dirige a la madre para hacerla notar la necesidad del alimento, así el pequeño va formando redes neuronales, aptas y acordes a su entono social, quien tras comenzar a comprender el lenguaje de su familia se encuentra inserta en su grupo social.

En este proceso se asienta la importancia de la comunicación, destacándose el efecto que ella tiene en el comportamiento humano y social, tema del que se han realizado innumerables estudios para el mejor entendimiento de este y su efecto dentro de la sociedad.

Así, a través de la comunicación nace el lenguaje y el pensamiento, a pesar de las investigaciones realizadas, no se conoce como y cuando nació el lenguaje, y es esta la cualidad que distingue a los seres humanos de los seres irracionales, de igual forma no se ha encontrado la distinción que delimita al pensamiento del lenguaje, ya que el vínculo es tan estrecho que se unen de forma simultánea.

De tal forma que desde Luis Heyre (1797-1855) hasta la fecha se ha intentado definir el origen del lenguaje, en cualquier caso, se debe añadir que la composición social ha evolucionado de forma paralela al lenguaje (conocimiento y pensamiento).

Dentro de las ciencias del conocimiento se destaca la importancia de la adquisición de este lenguaje (pensamiento-conocimiento), siendo las más frecuentes el empirismo y el nativismo.

---

<sup>1</sup> **SCHRAMM, Wilbur.** *La Ciencia de la Comunicación Humana.* Editorial Roble, México, Año 1975, Pág. 12.

El nativismo sostiene que la capacidad de ver, oír pensar y hablar son innatos, por su parte el empirismo refuta estos argumentos afirmando que el ser humano en su temprana infancia aprende por imitación es decir mediante la “conducta operante” que es determinada por estímulos externos o adquiridos.

### **1.1.1 Etimológicamente la palabra comunicación**

Según la Real Academia Española debemos comprender por comunicación: Del lat. ***communicatio, -ōnis***.

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
5. f. Medio que permite que haya comunicación (ll unión) entre ciertas cosas.
6. f. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
7. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.
8. f. Ret. Petición del parecer por parte de la persona que habla a aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.

9. f. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc. <sup>2</sup>

## 1.1.2 Concepto de comunicación

Un acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín **communicare**, que significa “compartir algo, poner en común”.

Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.<sup>3</sup>

Para Carlos González Alonso “el término comunicación tiene múltiples afinidades relacionadas tanto con el lenguaje como con la imagen mental que necesariamente representa, y con la información, necesidad primordial en el ser humano, En otros ámbitos se le considera una ciencia y ante ello es difícil establecer fronteras entre la comunicación y la información, ya que en muchas circunstancias se fusionan en un único, pero ambivalente concepto”. <sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Véase: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>

<sup>3</sup> Véase: <http://definicion.de/comunicacion/>

<sup>4</sup> **GONZÁLEZ ALONSO, Carlos.** *Principios Basicos de Comunicación.* Editorial Trillas S.A. de C.V., México, Año 1984. Pág 11.

### **1.1.3 Concepto de medios de comunicación**

La cuestión inicial sería establecer que es un ¿medio de comunicación? De forma genérica se puede decir que se hace “referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación”.<sup>5</sup>

Según la Real Academia Española debemos comprender por medio de comunicación: 1. m. Instrumento de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet, etc.

Estos canales, instrumentos o formas se establecieron desde el inicio de la formación de las primeras comunidades de seres humanos, sin duda con el paso del tiempo han evolucionado de forma constante y han ido mejorando en cuanto a tecnología se refiere, sin embargo, su desarrollo ha sido aparejado tanto al lenguaje y aprendizaje, si como a la introducción de diversos conceptos en la sociedad.

Estos medios de comunicación se distinguen fundamentalmente en dos grandes sectores, el primero los de comunicación interpersonal que son los que se emplean para enlazar de forma privada a los individuos, y el segundo los medios masivos de comunicación que son los que se ocupan para la comunicación social, siendo estos últimos los que serán abordados en el presente trabajo.

## **1.2 Clasificación de los medios de comunicación**

Así, se encontrará como principales medios de comunicación masiva: la radio, la prensa, la televisión, el cine, y la internet, por lo que enumeraremos cada uno exponiendo las líneas directas del proceso de la comunicación.

---

<sup>5</sup> Véase: [https://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n)



Radio. Este medio utiliza la transmisión y recepción de voces, música y sonido en general, con ayuda de ondas electromagnéticas sin necesidad de cables de conexión.

La radio tiene una influencia amplia, ya que en este momento cada hogar en esta provisto de un aparato e incluso se puede encontrar diversos dispositivos móviles personales que captan las señales de la radio. En la actualidad se cuenta con diversas programaciones concentradas a públicos específicos, en los que perfilan el público al que quieren llegar y satisface cualquier gusto.

Prensa. Es la organización encargada de publicar mediante una forma impresa toda clase de noticias, artículos, libros, entre otras. Este medio de comunicación es el más importante del mundo contemporáneo. Hoy día se puede encontrar en la prensa escrita desde textos educativos, cuentos infantiles, artículos médicos, investigaciones científicas, periódicos, revistas y publicaciones que sirven exclusivamente para despertar el morbo por entretenimiento. La prensa es de los canales de más fácil adquisición por lo que los contenidos pueden ser tan diversos que no conlleva el satisfacer a sus consumidores.

La Televisión. Este se refiere a la recepción de imagen y sonido sincronizado con un mensaje audio-visual. Este medio es de los llamados modernos, y también de los más populares ya que en estos días casi todos los hogares cuentan con un aparato de televisión, siendo el enlace de entretenimiento por excelencia sin que por ello deba incluir una finalidad educativa o propositiva, ya que basta con distraer al auditorio que la sigue, solventando este placebo distractor de las obligaciones cotidianas desde la comodidad de un sofá en casa.

El Cine. Es el medio que tiene como base la persistencia de imágenes proyectadas en una pantalla con fines aparentes de realidad cubiertas por trucos de la cámara, los cuales dada la velocidad a la que se reproducen tiene el efecto de producir en el auditorio un impacto positivo o negativo afectando incluso sus emociones individuales, el también llamado imagen en movimiento según su fin se clasifica en “técnica cinematográfica” según la finalidad para la que fue diseñada.

La Internet. Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP; es una red lógica única de alcance mundial. Estos enlaces entre computadoras permiten la comunicación a nivel mundial en segundos, así se intercambia todo tiempo de información productos y servicios, sin la necesidad de estar presente en el lugar enlazado.

Permite la conexión en tiempo real entre diferentes receptores con diversas culturas e ideologías, y se puede encontrar desde un artículo, revista, video, filmes, tanto educativos, informativos, como de entretenimiento.

Actualmente, con la creación de nuevas tecnologías en aparatos electrónicos desde computadoras hasta teléfonos inteligentes, muchas personas acceden desde cualquier lugar a cualquier plataforma informativa a recibir el mensaje que ahí se aborde.

Por ejemplo: el cine ha sido siempre eminentemente temático, diversificando sus contenidos hasta el límite. En el cine se han tratado todos los temas y se ha filmado casi todo. Las nuevas tecnologías facilitan el acceso a lugares en los que el ojo humano nunca soñó. Es difícil encontrar aspectos generales, o cotidianos, o científicos, o filosóficos, que el cine no haya tratado de alguna forma. El cine, no solamente el documental, es también documento sobre épocas históricas, filosofías y pensamientos, modos de vida y costumbres. A partir del cine debe buscarse la realidad que existe tras la ficción o la ficción que se da tras la realidad. El interés que entraña el cine, su magia y su belleza, la versatilidad de sus técnicas y la infinita gama de contenidos es, en muchas ocasiones, la clave de la investigación sobre otras épocas, historias, relatos o documentos, o sobre el mismo cine, su lenguaje y su tecnología.

El cine es, además, lenguaje, lenguaje vivo. Un lenguaje que no estuviera en constante adaptación y crecimiento, moriría. Por ello avanza, se enriquece, mira al pasado, busca futuro, enriqueciendo su propio lenguaje y el de la sociedad, acrecentando y mejorando así su propio lenguaje.

El lenguaje del cine es interactivo, enriquecido por el avance imparable y vertiginoso de la nueva tecnología, por lo que se hace imprescindible en el debate social y se convierte en inexcusable vehículo de cultura”.<sup>6</sup>

Así mismo, cada medio de comunicación sigue su propia clasificación, por ejemplo dentro del cine podemos ejemplificar lo siguiente:

El cine ofrece diversos estilos y características desde recreativas, informativas y educativas. Así mismo este medio de comunicación se encuentra afectado de mensajes publicitarios que tienen la finalidad de vender productos mediante argumentos que en su generalidad son falsos. Derivado de su amplio espectro de receptores el cine es considerado una industria, como tal ha causado polémica respecto de sus beneficios y perjuicios a nivel social.

“En el cine se manifiestan todas las tendencias artísticas, de pintura, música o arquitectura. El arte del siglo XX está presente en el cine en multitud de películas, que hay que buscar. Por dar algunas pautas. El expresionismo alemán, por ejemplo, se caracteriza por su representación fílmica ligada a las vanguardias arquitectónicas, El gabinete del Dr. Caligari (Das Kabinett des Dr. Caligari, 1919), con grandes decorados arquitectónicos, o el surrealismo representado por Dalí y Buñuel, o el pop-art de El Submarino amarillo (Yellow Submarine 1968). Son también muchas las películas que en sus argumentos se refieren al mundo del arte, la construcción de las pirámides en Tierra de faraones (1955), de Howard Hawks, El loco del pelo rojo (Lust for life, 1956) de Vincente Minnelli, que relata la vida del pintor Van Gogh, Buenos días, Señor Gauguin (Bonjour Monsieur Gauguin, 1988) de Jean-Claude Labrecque sobre la obsesión de un ladrón de cuadros por la obra del pintor, Goya en Burdeos (1999) de Saura, sobre los últimos días del pintor aragonés, y muchas otras”.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> **MARTINEZ, Enrique – SÁNCHEZ, Salanova.** *El cine, otra ventana al mundo.* Revista Comunicar 18, año 2002, Págs. 77- 83.

<sup>7</sup> *Ídem.*

Quienes se encuentran a favor de este medio sostienen, que es un elemento que vincula a los individuos dentro de la familia, quienes se oponen a este señalan que representa un riesgo ya que reprime la comunicación además de contribuir a la apatía.

Estas dos posturas, denotan que responsabilizan al cinematógrafo del uso que se haga de este medio de comunicación, por lo que resulta fundamental la selección de la programación, la clasificación e incluso el horario de proyección de una película para que los asistentes a una proyección no se vean afectados. Dentro de los diferentes tipos de cine se pueden encontrar los que a continuación se enumeran:

1. Cine recreativo. Lo conforman las películas encaminadas a divertir, al entretenimiento a través de temas variados.
2. Cine informativo. Este aborda hechos que suceden en algunas partes del mundo, su función primordial es transmitir rápidamente los sucesos existentes en el presente, este ha contribuido a la comunicación más completa entre naciones para cimentar lazos entre ellas.
3. Cine Educativo. Este tipo es el menos favorecido, ya que en tema educativo pocas son las citas cinematográficas existentes, aunado a que se carece de los elementos físicos en los centros educativos para su proyección.
4. Cine Cultural. Este tiene la característica intencional de auto-representar socialmente la escénica de la realidad, y la relación social que lo constituye.
5. Cine Publicitario. Es el que menos interés despierta en el espectador, sin embargo es el que más influye en el individuo, ya que adopta técnicas psicológicas sociológicas, lingüísticas y gráficas que generan en la persona un ánimo de consumismo. Este tipo lo desarrollan principalmente las empresas comerciales, agencias publicitarias y particulares que trabajan por su cuenta.

“Este tipo de mensajes ha aumentado últimamente ayudando así al cinéfilo económicamente social y moralmente”.<sup>8</sup> Así mismo se encuentran diferentes parámetros de tipos de géneros cinematográficos entre los que se destacan:

- Por su estilo o tono;
- Por su ambientación o tema;
- Por su formato o producción; y
- Por su tipo de audiencia.

De esta clasificación podemos concluir que en definitiva, no existe un limitante que seleccione el tipo de película o género al que pertenece, ya que muchas de ellas, contiene elementos de más de una categoría sin que pueda fácilmente identificarse cuál es el mensaje que el espectador recibirá, mucho menos si se expone a un mensaje poco apropiado o devastador según sus sistema de creencias y valores, lo que trastoca no sólo el comportamiento del individuo en lo particular sino que altera su proceder dentro de la sociedad, el tener una clasificación no es garantía de que estamos consumiendo lo que nos gusta o a lo que nos enfrentaremos al ser expuestos ante la idea de un autor o cineasta.

Nuestra Nación cuenta con clasificación, criterios y regulación para la exhibición de las cintas cinematográficas, y que tienen un carácter coercitivo, en aras de fomentar un mejor desarrollo tanto individual como social, leyes que fomentan el correcto crecimiento del tejido social sin que se trastocuen el sistema de creencias y valores en el tejido social, que en nuestro territorio es multicultural derivado de las diferentes etnias existentes, sin embargo aun cuando se cuenta con todo este despliegue de normatividad y coacción facultativa del estado.

---

<sup>8</sup> **KLAUSESMELERR, Herbert.** *Psicología Educativa*. Editorial Harla, año 1978, Pág. 12.

También es cierto que a este sector lo ha alcanzado la delincuencia, y donde se carece por completo del conocimiento de las fuerzas policíacas para hacer frente a la comisión de conductas delictivas respecto de la proyección, distribución, reproducción de los filmes, que en sí mismo es un motivo de sanción; lo más grave que sostiene esta tesis es que las conductas de todas aquellas películas que se transmiten por cualquier canal sin estar debidamente reguladas evocan apologías de conductas antisociales en donde no es ni el autor, ni las salas que cuentan con certificación para exhibición, ni la propia industria fílmica el único resentido de estas violaciones legales, el más duro problema que se enfrenta ante esta conducta es el rompimiento del tejido social, son nuestros congéneres quienes resultan ser víctimas materiales involuntarias, ante la incompreensión de mensajes de los cuales no pueden y deben ser protegidos tanto infantes, como adultos, que carecen de un sistema de creencias y valores cimentado en procurar bienestar individual y colectivo.

Como se observa son diferentes las formas de clasificar según la perspectiva por donde analicemos los medios de comunicación, así como la propia sub-clasificación al interior de estos, sin embargo, la clasificación universal adoptada para los medios de comunicación de masas por su tipo son:

- Primarios;
- Secundarios;
- Terciarios; y
- Cuarternarios.

Esta clasificación atiende esencialmente a los instrumentos mediante los cuales se transmite el mensaje dentro del proceso de la comunicación.

## 1.2.1 Medios primarios

Esta clasificación establece que los medios primarios (medios propios) son aquellos que se encuentran por contacto elemental humano sin instrumentos ni aparatos.

Esto no requiere de técnica alguna para la comunicación, que a su vez es sincrónica.

Entre este tipo de comunicación podemos ejemplificar claramente con los juglares que eran artistas en la época medieval, quienes a cambio de unas monedas hacían un espectáculo cómico-dramático, recitaban cantaban eran acróbatas o domadores, y solo requerían de su presencia para que los espectadores (receptores) adoptaran el mensaje que ellos transmitían. **Ver figura 1.**



Figura 1.

## 1.2.2 Medios secundarios

Este tipo de medios se encuentran en aquellos que para su producción requieren de un aparato (máquina) para su emisión, aunque no por su recepción, donde se requiere de tecnología del lado productor de contenidos.

Entre ellos se encuentran la prensa, las revistas, ya que no necesitan un aparato para su recepción. **Ver figura 2.**



Figura 2.

### 1.2.3 Medios terciarios

En este tipo se encuentran aquellos que requieren un aparato de parte del productor y otro del lado del receptor, así como el uso de tecnología (medios electrónicos), el telégrafo, la televisión, discos de música etcétera. **Ver figura 3.**



Figura 3.



## 1.2.4 Medios cuaternarios

Estos son conocidos como medios digitales, permiten la comunicación sincrónica como asincrónica (interacción). Requieren de técnicas y tecnología del lado del productor y del receptor. La línea entre estos dos últimos tiende a desaparecer, así como el tiempo y la distancia, esta clasificación se agregó con motivo del surgimiento de los nuevos medios de comunicación el mayor ejemplo es la multimedia, internet y la World, Wide, Web (www o red informática mundial). **Ver figura 4.**

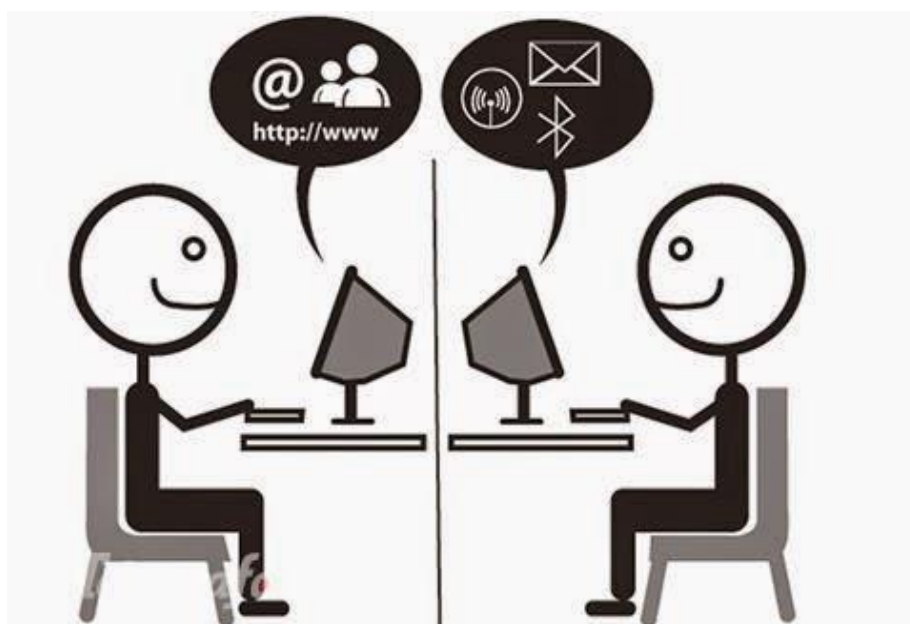


Figura 4.

## 1.3 Antecedentes de los medios de comunicación

Dentro de los antecedentes, es menester destacar, que desde las formas más simples de la naturaleza se encuentra la comunicación y a partir de esta se conforma la comunidad, ya sea entre plantas, peces, aves, insectos o seres humanos.

“En las comunicaciones existe una escala infinita de valores que van desde el más simple y elemental desde los gestos hasta la transmisión vía satélite”.<sup>9</sup> A partir de esta expresión y la definición de los conceptos que expresan se crearon las primeras transmisiones de mensajes entre los seres humanos, esto es desde el primer llanto generado por hambre y su término del llanto al recibir alimento la madre comprendió que el neonato tenía hambre, así desde la más simple expresión de una necesidad se creó la comunicación aún sin el uso del lenguaje. Con el transcurso del tiempo la necesidad no solo de reproducción sino de unirse las diferentes personas establecieron símbolos, y conceptos que después se transformarían en lenguaje. **Ver figura 5.**

LA FAMILIA LINGÜÍSTICA INDOEUROPEA		
Grupos modernos	Lenguas antiguas	Lenguas modernas
Indo - irano	India: sánscrito	Neo – indio, nepalí, bengalí
	Irán: persa antiguo	Persa moderno, kurdo, afgano
Griego	Griego clásico	Griego moderno
Itálico	Latín	Lenguas románticas: castellano, catalán, gallego – portugués, francés, provenzal, italiano, sardo, rumano, retorromano.
	Oscó	
	Umbro	
Germánico	Nórdico: antiguo nórdico	Sueco, danés, noruego, islandés
	Occidente insular: anglo - sajón	Inglés
	Occidente continental: alto y bajo alemán	Alemán, holandés
Eslavo	Antiguo eslavo	Ruso, polaco, búlgaro, checo, eslovaco, esloveno, serbocroata
Báltico	Antiguo báltico	Lituano, letón
Céltico	Gaélico	Irlandés, escocés
	Britónico	Gales, bretón
Anatólio	Hitita	

Figura 5.

<sup>9</sup> **PONTI, Valery.** *Historia de las Comunicaciones.* Editorial Salvat Editores, S.A., México, Año 1965, Pág. 1.

Todos estos signos y formas fueron asumiendo una importancia general y la necesidad de crear tejidos sociales los llevo a unificar conceptos de comunicación.

En este punto se puede destacar la necesidad de la creación del lenguaje y sus diversas formas, ya que en los inicios fueron diversas las lenguas y conceptos delimitando también a los diferentes sectores sociales. Así nacieron los idiomas.

Así surgieron diversas formas de explicar el proceso de la información dentro de los primeros análisis se encuentra el evolucionismo de Herbert Spencer<sup>10</sup> el cual se define, como se puede apreciar en la siguiente: **Ver figura 6.**

<b>AGREGADOS SOCIALES</b>	<b>AUTORIDAD</b>	<b>FUNCIONES</b>
Familia	Jefe: Padre	Alimentar la familia
Tribu	Jefe de jefes: Patriarca	Organizar la agricultura
Pueblo	Jefes de jefes de jefes: Rey.	Organizar la política

Figura 6

Así desde la formación de los primeros clanes, y pueblos, se crearon formas de comunicación con lenguaje, símbolos, pesos, medidas, y la escritura soportadas por la necesidad de comunicarse, así se crearon también las normas para dotar de equidad las diferentes relaciones interpersonales locales y extranjeras, tal y como ahora funciona el sistema a nivel mundial. **Ver figura 7.**

Es importante destacar, que no solo los juglares en la Edad media –por ejemplo- llevaban historias consigo, también los mercaderes que realizaban cambios de mercancía se veían en la necesidad de aprender medidas referenciales y hasta otros idiomas para poder comerciar en los pueblos circunvecinos. La comunicación ha jugado un papel trascendental no solo en la conformación de las sociedad y naciones, sino también el en diario ejercer cotidiano de las más simples acciones dentro de la sociedad.

---

<sup>10</sup> **MARISCAL, Mauricio.** *Manual del Proceso de la Información.* Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C., Mexico, Año 2008, Pág 27.

El más grande detonador de los medios de comunicación junto con la Revolución Industrial y tras el establecimiento de los Estados Nación fueron precisamente las Guerras Mundiales, ya que con ellas se implementaron nuevas tecnologías bélicas que requieran de tecnología y técnicas que permitieran la comunicación de información sin que el enemigo se enterara, aunado a ello el analfabetismo que se vivía en aquel momento era basto y había de esto una labor en teoría sencillo, sin embargo por otro lado, la necesidad de la emigración de las personas que huían al conflicto bélico, llevo a otras latitudes no solo los mensajes sino el lenguaje y cultura, siendo esto lo que permeo a nivel mundial la necesidad de aprender y adoptar nuevas formas, de interrelacionarse.



Figura 7.

Así, tras el término de las guerras mundiales, el mundo conto con una amplia gama de recursos técnicos dentro de los medios de comunicación y para su recepción no hubo más remedio que alfabetizar a las masas analfabetas y que pudieran consumir todo tipo de información (y productos) generando estereotipos y preferencias en el mercadeo de servicios y productos a nivel mundial.

## 1.4 Origen de los medios de comunicación

El origen de “los medios de comunicación se establece a partir de la comunicación oral preponderantemente y fue la única durante milenios, hasta la aparición de la escritura”.<sup>11</sup>

El ejemplo que tenemos más claro son las actas públicas en la Roma Antigua, que servían para comunicar acontecimientos y ordenamientos, entre ellas: la “Tabulae Publicae” muy conocidas por ser una de las fuentes de las que dimana la tradición del Derecho Romano.

Para el siglo VII d. de C. en China ya se publicaba parcialmente el primer libro.

Con la caída de la Edad Media y el Inicio de la Revolución Industrial, llegó la industria y la tecnología siendo Johannes Gutenberg, el perfeccionador de la imprenta móvil, quien dio inicio a la reproducción masiva de escritos libros, en esa época exclusivo de los grupos acaudalados o del clero. Con el desarrollo de esta rústica imprenta y los nuevos científicos e intelectuales, para en 1605 se publica el primer periódico y así su auge para su adopción en diversas partes del mundo.

Para 1805, los hermanos Lumière daban inicio a la producción de la primera cinta de cine, y con esto el nacimiento de los medios audiovisuales junto a ellos también inicia las guerras por las patentes, y la reproducción de cintas de forma ilegal misma que se realizaba en las fachadas de las casas que se utilizaban como pantallas de proyección.

Con los inventos de electricidad casi a la par del cine, surgen las primeras emisiones públicas de voces humanas por radio. Y a inicios del siglo XIX, se inicia la primera transmisión por televisión.

---

<sup>11</sup> Véase: <http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

Destacando que ciertamente en denominador que expande todos los recursos tecnológicos y técnicos sin duda fue la migración de personas derivado de las Guerras y el nuevo establecimiento de la Paz mundial, que dejaría una Guerra Fría y al mundo dividido en dos bloques antagónicos el capitalista y el socialista, y en aras de la fuerte batalla por demostrar grandeza, se empeñaron en ir a la cabeza al detonar los avances tecnológicos como demostración de poderío y así fomentaron la vanguardia en avances tecnológicos, y por ello, la necesidad de hacer eficientes los medios de comunicación para dar auge a un poderío en pugna entre estos bloques, como ejemplo más claro la batalla por la conquista del espacio, y la llegada del hombre a la luna, siendo los socialistas los que ganaran al ser los primeros en enviar animales, y los capitalistas al ser los primeros en “poner un pie en la luna”.

## 1.5 Proceso de la comunicación

Antonio Paoli refiere que la comunicación es “el acto de la relación entre dos sujetos, mediante el cual se avoca en un común significado”.<sup>12</sup>

La forma más simple de ejemplificar el proceso de la comunicación lo constituye un transmisor, un mensaje, un canal y un receptor, tal y como se señala a continuación: **Ver figura 8.**

- Transmisor. En él empieza la comunicación y puede ser una persona o grupo de personas que tiene la necesidad de expresar algo con algún propósito; es decir quien comunica.
- Mensaje. Es la idea o serie de ideas que el transmisor quiere dar a conocer a una persona o grupo de personas; esto es lo que se comunica.

---

<sup>12</sup> **PAOLI Antonio.** *Comunicación.* Editorial Trillas, México, Año 1975, Pág.15.

- Canal. Es el medio por el cual se hace saber el mensaje y puede ser a través del habla, por escritura o bien gestos, dibujos o algún aparato electrónico; esto es como se comunica.
- Receptor. Es a quien va dirigido el mensaje, descifra el propósito de éste y lo acoge; el receptor es entonces a quien se comunica.



Figura 8.

Como menciona Antonio Paoli, las imágenes que contienen el mensaje tiene sólo el sentido que le damos nosotros, tal es el caso de una palabra impresa en un idioma que desconocemos, la cual puede tener poco o ningún significado para nosotros, o bien la mirada de un esposo o esposa la cual puede tener un significado secreto que sólo las dos personas que se comunican entre sí lo entienden, constituyendo así uno de los principales básicos de la teoría general de la comunicación, en que los signos pueden tener o representar aquello que la experiencia del individuo le permita comprender, por lo que podemos descifrar los mensajes solamente con los símbolos que conocemos, ya que este tipo de interpretación de experiencias y significados le llamamos "MARCO DE REFERENCIA" o sea la serie de conocimientos de los cuales no valemos para dar una debida interpretación a nuestra realidad y así decimos que la persona puede comunicarse en función a su marco de referencia.

En este punto, aunque parezca simple el concepto de lo que es un mensaje, en realidad es muy complicado, no solamente por sus signos los cuales tienen significados divergentes entre personas distintas sino también por las diversas interpretaciones, las cuales pueden ser de carácter denominativo o cognotativo, siendo el primero el que se refiere el diccionario, que será el mismo para todas las personas, el segundo es el significado emocional o evaluativos que varía notablemente entre los individuos y aún con el tiempo para un mismo sujeto. <sup>13</sup>

Derivado de ello, es que el emisor, al transmitir un mensaje debe acoplarse a las normas y creencias del grupo al que pertenece el receptor, así que cualquier individuo que ha creado sus creencias y valores dentro de un grupo al que pertenece, ya ha establecido los componentes que integran su personalidad, mismas que defenderá según sus parámetros, lo que lo lleva a valorizar la afiliaciones que tiene en su comunidad (familia, compañeros de trabajo, etc.); dando origen a lo que se denomina “GRUPO DE REFERENCIA” en todo caso, si este grupo cuenta con un sistema de creencias y valores existentes, intentarán comparar el mensaje con la conciencia social del conglomerado.

De esto se desprende que el receptor tiene uno de los papeles más importantes de la comunicación, ya que es quien recibe el mensaje y depende de este que sea aceptada o no la idea que se expone, cerrando con ello el círculo de la comunicación. Schramm refiere que la retroalimentación se entiende como la información que proviene en retroceso del receptor al transmisor y le indica a este cómo se desarrolla el mensaje, existe una gran retroalimentación en la comunicación personal y muy poca en la comunicación de medios de masas, por lo que es más fácil de explicar algo o convencer a alguien en una conversación.

Así la comunicación se desarrolla en círculos complicados y de largas cadenas de transmisores y receptores, lo que hace frecuente en la comunicación moderna largas cadenas de enlaces del proceso de la comunicación.

---

<sup>13</sup> Op.Cit. Pág. 17.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO JURIDICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**

Sin duda, hablar del marco jurídico contemplado en la Carta Magna resulta una labor que requiere puntualizar puntos finos en términos legales, no podríamos hablar de normatividad sin enunciar en primer término lo concerniente a los Derechos Humanos y sus Garantías, para después dar paso a lo concerniente al Estado y su patrimonio.

En primer lugar, es menester destacar, que dentro del Título Primero Capítulo I. De los Derechos Humanos y sus Garantías se destacan esencialmente el artículo primero donde resalta que todas las personas gozarán de los derechos reconocidos en la Constitución y los tratados internacionales de que el Estado Mexicano sea parte.

Dentro del artículo 2, que nos señala de la igualdad de los pueblos indígenas se establece una serie de parámetros en los que el Estado actuara para la conservación de las tradiciones usos y costumbres, así como del desarrollo de estas comunidades, su alfabetización y extender la red de comunicaciones que permita la integración de las comunidades, mediante la construcción y ampliación de vías de comunicación y telecomunicación. Establecer condiciones para que los pueblos y las comunidades indígenas puedan adquirir, operar y administrar medios de comunicación, en los términos que las leyes de la materia determinen.

Encontrando en éste artículo la importancia de la función que ejercen los medios de comunicación en auxilio del propio ejercicio de la labor del Estado.

El artículo 3, que establece lo concerniente a la educación, nos narra la obligación del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación Generar y difundir información y, con base en ésta, emitir directrices que sean relevantes para contribuir a las decisiones tendientes a mejorar la calidad de la educación y su equidad, como factor esencial en la búsqueda de la igualdad social.

El artículo 4, indica entre otras cosas, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. La ley establecerá los mecanismos para el acceso y participación a cualquier manifestación cultural.

El artículo 6, expone que: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado, garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Para efectos de lo dispuesto en el presente artículo se observará lo siguiente:

**A.** Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación y las entidades federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

**I.** Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público y seguridad nacional, en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad. Los sujetos obligados deberán documentar todo acto que derive del ejercicio de sus facultades, competencias o funciones, la ley determinará los supuestos específicos bajo los cuales procederá la declaración de inexistencia de la información.

**II.** La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.

**III.** Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos.

**IV.** Se establecerán mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos que se sustanciarán ante los organismos autónomos especializados e imparciales que establece esta Constitución.

**V.** Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán, a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre el ejercicio de los recursos públicos y los indicadores que permitan rendir cuenta del cumplimiento de sus objetivos y de los resultados obtenidos.

**VI.** Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información relativa a los recursos públicos que entreguen a personas físicas o morales.

**VII.** La inobservancia a las disposiciones en materia de acceso a la información pública será sancionada en los términos que dispongan las leyes.

**VIII.** La Federación contará con un organismo autónomo, especializado, imparcial, colegiado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plena autonomía técnica, de gestión, capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y determinar su organización interna, responsable de garantizar el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública y a la protección de datos personales en posesión de los sujetos obligados en los términos que establezca la ley.

El organismo autónomo previsto en esta fracción, se regirá por la ley en materia de transparencia y acceso a la información pública y protección de datos personales en posesión de sujetos obligados, en los términos que establezca la ley general que emita el Congreso de la Unión para establecer las bases, principios generales y procedimientos del ejercicio de este derecho.

En su funcionamiento se regirá por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad.

El organismo garante tiene competencia para conocer de los asuntos relacionados con el acceso a la información pública y la protección de datos personales de cualquier autoridad, entidad, órgano u organismo que forme parte de alguno de los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicatos que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito federal; con excepción de aquellos asuntos jurisdiccionales que correspondan a la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en cuyo caso resolverá un comité integrado por tres ministros. También conocerá de los recursos que interpongan los particulares respecto de las resoluciones de los organismos autónomos especializados de las entidades federativas que determinen la reserva, confidencialidad, inexistencia o negativa de la información, en los términos que establezca la ley.

El organismo garante federal, de oficio o a petición fundada del organismo garante equivalente de las entidades federativas, podrá conocer de los recursos de revisión que por su interés y trascendencia así lo ameriten.

La ley establecerá aquella información que se considere reservada o confidencial.

Las resoluciones del organismo garante son vinculatorias, definitivas e inatacables para los sujetos obligados. El Consejero Jurídico del Gobierno podrá interponer recurso de revisión ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación en los términos que establezca la ley, sólo en el caso que dichas resoluciones puedan poner en peligro la seguridad nacional conforme a la ley de la materia.

El organismo garante se integra por siete comisionados. Para su nombramiento, la Cámara de Senadores, previa realización de una amplia consulta a la sociedad, a propuesta de los grupos parlamentarios, con el voto de las dos terceras partes de los miembros presentes, nombrará al comisionado que deba cubrir la vacante, siguiendo el proceso establecido en la ley. El nombramiento podrá ser objetado por el Presidente de la República en un plazo de diez días hábiles. Si el Presidente de la República no objetara el nombramiento dentro de dicho plazo, ocupará el cargo de comisionado la persona nombrada por el Senado de la República.

En caso de que el Presidente de la República objetara el nombramiento, la Cámara de Senadores nombrará una nueva propuesta, en los términos del párrafo anterior, pero con una votación de las tres quintas partes de los miembros presentes. Si este segundo nombramiento fuera objetado, la Cámara de Senadores, en los términos del párrafo anterior, con la votación de las tres quintas partes de los miembros presentes, designará al comisionado que ocupará la vacante.

Los comisionados durarán en su encargo siete años y deberán cumplir con los requisitos previstos en las fracciones I, II, IV, V y VI del artículo 95 de esta Constitución, no podrán tener otro empleo, cargo o comisión, con excepción de los no remunerados en instituciones docentes, científicas o de beneficencia, sólo podrán ser removidos de su cargo en los términos del Título Cuarto de esta Constitución y serán sujetos de juicio político.

En la conformación del organismo garante se procurará la equidad de género.

El comisionado presidente será designado por los propios comisionados, mediante voto secreto, por un periodo de tres años, con posibilidad de ser reelecto por un periodo igual; estará obligado a rendir un informe anual ante el Senado, en la fecha y en los términos que disponga la ley.

El organismo garante tendrá un Consejo Consultivo, integrado por diez consejeros, que serán elegidos por el voto de las dos terceras partes de los miembros presentes de la Cámara de Senadores. La ley determinará los procedimientos a seguir para la presentación de las propuestas por la propia Cámara. Anualmente serán sustituidos los dos consejeros de mayor antigüedad en el cargo, salvo que fuesen propuestos y ratificados para un segundo periodo.

La ley establecerá las medidas de apremio que podrá imponer el organismo garante para asegurar el cumplimiento de sus decisiones.

Toda autoridad y servidor público estará obligado a coadyuvar con el organismo garante y sus integrantes para el buen desempeño de sus funciones.

El organismo garante coordinará sus acciones con la Auditoría Superior de la Federación, con la entidad especializada en materia de archivos y con el organismo encargado de regular la captación, procesamiento y publicación de la información estadística y geográfica, así como con los organismos garantes de las entidades federativas, con el objeto de fortalecer la rendición de cuentas del Estado Mexicano.

**B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:**

**I.** El Estado garantizará a la población su integración a la sociedad de la información y el conocimiento, mediante una política de inclusión digital universal con metas anuales y sexenales.

**II.** Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias.

**III.** La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.

**IV.** Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión.

**V.** La ley establecerá un organismo público descentralizado con autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión, que tendrá por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.

El organismo público contará con un Consejo Ciudadano con el objeto de asegurar su independencia y una política editorial imparcial y objetiva. Será integrado por nueve consejeros honorarios que serán elegidos mediante una amplia consulta pública por el voto de dos terceras partes de los miembros presentes de la Cámara de Senadores o, en sus recesos, de la Comisión Permanente. Los consejeros desempeñarán su encargo en forma escalonada, por lo que anualmente serán sustituidos los dos de mayor antigüedad en el cargo, salvo que fuesen ratificados por el Senado para un segundo periodo.

El Presidente del organismo público será designado, a propuesta del Ejecutivo Federal, con el voto de dos terceras partes de los miembros presentes de la Cámara de Senadores o, en sus recesos, de la Comisión Permanente; durará en su encargo cinco años, podrá ser designado para un nuevo periodo por una sola vez, y sólo podrá ser removido por el Senado mediante la misma mayoría.

El Presidente del organismo presentará anualmente a los Poderes Ejecutivo y Legislativo de la Unión un informe de actividades; al efecto comparecerá ante las Cámaras del Congreso en los términos que dispongan las leyes.

**VI.** La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección.”<sup>14</sup>

**Artículo 7o.** Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.<sup>15</sup>

En el artículo 16, indica que, en lo concerniente a las comunicaciones privadas son inviolables. La ley sancionará penalmente cualquier acto que atente contra la libertad y privacidad de las mismas, excepto cuando sean aportadas de forma voluntaria por alguno de los particulares que participen en ellas.

El juez valorará el alcance de éstas, siempre y cuando contengan información relacionada con la comisión de un delito.

En ningún caso se admitirán comunicaciones que violen el deber de confidencialidad que establezca la ley.

El artículo 26 en su apartado “B” establece que el Estado contará con un Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica cuyos datos serán considerados oficiales. Para la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, los datos contenidos en el Sistema serán de uso obligatorio en los términos que establezca la ley.

---

<sup>14</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>

<sup>15</sup> *Idem*

La responsabilidad de normar y coordinar dicho Sistema estará a cargo de un organismo con autonomía técnica y de gestión, personalidad jurídica y patrimonio propios, con las facultades necesarias para regular la captación, procesamiento y publicación de la información que se genere y proveer a su observancia.

En el artículo 27, señala claramente que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; minerales radiactivos y generación de energía nuclear; la planeación y el control del sistema eléctrico nacional, así como el servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica.

La comunicación vía satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional en los términos del artículo 25 de esta Constitución; el Estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación, y al otorgar concesiones o permisos mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación de acuerdo con las leyes de la materia.

Así mismo, narra que “El Instituto Federal de Telecomunicaciones” es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijen las leyes.

Para tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones, será también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica.



Además de regular de forma asimétrica a los participantes en estos mercados con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia; impondrá límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, y ordenará la desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites, garantizando lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.

Corresponde al Instituto, el otorgamiento, la revocación, así como la autorización de cesiones o cambios de control accionario, titularidad u operación de sociedades relacionadas con concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. El Instituto notificará al Secretario del ramo previo a su determinación, quien podrá emitir una opinión técnica.

Las concesiones podrán ser para uso comercial, público, privado y social que incluyen las comunitarias y las indígenas, las que se sujetarán, de acuerdo con sus fines, a los principios establecidos en los artículos 2o., 3o., 6o. y 7o. de esta Constitución.

El Instituto fijará el monto de las contraprestaciones por el otorgamiento de las concesiones, así como por la autorización de servicios vinculados a éstas, previa opinión de la autoridad hacendaria. Las opiniones a que se refiere este párrafo, no serán vinculantes y deberán emitirse en un plazo no mayor de treinta días; transcurrido dicho plazo sin que se emitan las opiniones, el Instituto continuará los trámites correspondientes.

Las concesiones del espectro radioeléctrico serán otorgadas mediante licitación pública, a fin de asegurar la máxima concurrencia, previniendo fenómenos de concentración que contraríen el interés público y asegurando el menor precio de los servicios al usuario final; en ningún caso el factor determinante para definir al ganador de la licitación será meramente económico.

Las concesiones para uso público y social serán sin fines de lucro y se otorgarán bajo el mecanismo de asignación directa conforme a lo previsto por la ley y en condiciones que garanticen la transparencia del procedimiento.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones llevará un registro público de concesiones. La ley establecerá un esquema efectivo de sanciones que señale como causal de revocación del título de concesión, entre otras, el incumplimiento de las resoluciones que hayan quedado firmes en casos de conductas vinculadas con prácticas monopólicas.

En la revocación de las concesiones, el Instituto dará aviso previo al Ejecutivo Federal a fin de que éste ejerza, en su caso, las atribuciones necesarias que garanticen la continuidad en la prestación del servicio.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones garantizará que el Gobierno Federal cuente con las concesiones necesarias para el ejercicio de sus funciones.

La Comisión Federal de Competencia Económica y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, serán independientes en sus decisiones y funcionamiento, profesionales en su desempeño e imparciales en sus actuaciones, y se regirán conforme a lo siguiente:

- I. Dictarán sus resoluciones con plena independencia;
- II. Ejercerán su presupuesto de forma autónoma. La Cámara de Diputados garantizará la suficiencia presupuestal a fin de permitirles el ejercicio eficaz y oportuno de sus competencias;
- III. Emitirán su propio estatuto orgánico, mediante un sistema de votación por mayoría calificada;
- IV. Podrán emitir disposiciones administrativas de carácter general exclusivamente para el cumplimiento de su función regulatoria en el sector de su competencia;
- V. Las leyes garantizarán, dentro de cada organismo, la separación entre la autoridad que conoce de la etapa de investigación y la que resuelve en los procedimientos que se sustancien en forma de juicio;

- VI.** Los órganos de gobierno deberán cumplir con los principios de transparencia y acceso a la información. Deliberarán en forma colegiada y decidirán los asuntos por mayoría de votos; sus sesiones, acuerdos y resoluciones serán de carácter público con las excepciones que determine la ley;
- VII.** Las normas generales, actos u omisiones de la Comisión Federal de Competencia Económica y del Instituto Federal de Telecomunicaciones podrán ser impugnados únicamente mediante el juicio de amparo indirecto y no serán objeto de suspensión. Solamente en los casos en que la Comisión Federal de Competencia Económica imponga multas o la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones, éstas se ejecutarán hasta que se resuelva el juicio de amparo que, en su caso, se promueva. Cuando se trate de resoluciones de dichos organismos emanadas de un procedimiento seguido en forma de juicio sólo podrá impugnarse la que ponga fin al mismo por violaciones cometidas en la resolución o durante el procedimiento; las normas generales aplicadas durante el procedimiento sólo podrán reclamarse en el amparo promovido contra la resolución referida.

Los juicios de amparo serán sustanciados por jueces y tribunales especializados en los términos del artículo 94 de esta Constitución. En ningún caso se admitirán recursos ordinarios o constitucionales contra actos intraprocesales;

- VIII.** Los titulares de los órganos presentarán anualmente un programa de trabajo y trimestralmente un informe de actividades a los Poderes Ejecutivo y Legislativo de la Unión; comparecerán ante la Cámara de Senadores anualmente y ante las Cámaras del Congreso en términos del artículo 93 de esta Constitución. El Ejecutivo Federal podrá solicitar a cualquiera de las Cámaras la comparecencia de los titulares ante éstas;
- IX.** Las leyes promoverán para estos órganos la transparencia gubernamental bajo principios de gobierno digital y datos abiertos;
- X.** La retribución que perciban los Comisionados deberá ajustarse a lo previsto en el artículo 127 de esta Constitución;
- XI.** Los comisionados de los órganos podrán ser removidos de su cargo por las dos terceras partes de los miembros presentes del Senado de la República, por falta grave en el ejercicio de sus funciones, en los términos que disponga la ley, y
- XII.** Cada órgano contará con un órgano interno de control, cuyo titular será designado por las dos terceras partes de los miembros presentes de la Cámara de Diputados, en los términos que disponga la ley.

Los órganos de gobierno, tanto de la Comisión Federal de Competencia Económica como del Instituto Federal de Telecomunicaciones se integrarán por siete Comisionados, incluyendo el Comisionado Presidente, designados

en forma escalonada a propuesta del Ejecutivo Federal con la ratificación del Senado.

El Presidente de cada uno de los órganos será nombrado por la Cámara de Senadores de entre los comisionados, por el voto de las dos terceras partes de los miembros presentes, por un periodo de cuatro años, renovable por una sola ocasión.

Cuando la designación recaiga en un comisionado que concluya su encargo antes de dicho periodo, desempeñará la presidencia sólo por el tiempo que falte para concluir su encargo como comisionado.

Los comisionados deberán cumplir los siguientes requisitos:

- I.** Ser ciudadano mexicano por nacimiento y estar en pleno goce de sus derechos civiles y políticos;
- II.** Ser mayor de treinta y cinco años;
- III.** Gozar de buena reputación y no haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año;
- IV.** Poseer título profesional;
- V.** Haberse desempeñado, cuando menos tres años, en forma destacada en actividades profesionales, de servicio público o académicas sustancialmente relacionadas con materias afines a las de competencia económica, radiodifusión o telecomunicaciones, según corresponda;
- VI.** Acreditar, en los términos de este precepto, los conocimientos técnicos necesarios para el ejercicio del cargo;
- VII.** No haber sido Secretario de Estado, Fiscal General de la República, senador, diputado federal o local, Gobernador de algún Estado o Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, durante el año previo a su nombramiento, y
- VIII.** En la Comisión Federal de Competencia Económica, no haber ocupado, en los últimos tres años, ningún empleo, cargo o función directiva en las empresas que hayan estado sujetas a alguno de los procedimientos sancionatorios que sustancia el citado órgano. En el Instituto Federal de Telecomunicaciones no haber ocupado, en los últimos tres años, ningún empleo, cargo o función directiva en las empresas de los concesionarios comerciales o privados o de las entidades a ellos relacionadas, sujetas a la regulación del Instituto.

Los Comisionados se abstendrán de desempeñar cualquier otro empleo, trabajo o comisión públicos o privados, con excepción de los cargos docentes; estarán impedidos para conocer asuntos en que tengan interés directo o indirecto, en los términos que la ley determine, y serán sujetos del régimen de responsabilidades del Título Cuarto de esta Constitución y de juicio político.

La ley regulará las modalidades conforme a las cuales los Comisionados podrán establecer contacto para tratar asuntos de su competencia con personas que representen los intereses de los agentes económicos regulados.

Los Comisionados durarán en su encargo nueve años y por ningún motivo podrán desempeñar nuevamente ese cargo. En caso de falta absoluta de algún comisionado, se procederá a la designación correspondiente, a través del procedimiento previsto en este artículo y a fin de que el sustituto concluya el periodo respectivo.

Los aspirantes a ser designados como Comisionados acreditarán el cumplimiento de los requisitos señalados en los numerales anteriores, ante un Comité de Evaluación integrado por los titulares del Banco de México, el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Para tales efectos, el Comité de Evaluación instalará sus sesiones cada que tenga lugar una vacante de comisionado, decidirá por mayoría de votos y será presidido por el titular de la entidad con mayor antigüedad en el cargo, quien tendrá voto de calidad.

El Comité emitirá una convocatoria pública para cubrir la vacante. Verificará el cumplimiento, por parte de los aspirantes, de los requisitos contenidos en el presente artículo y, a quienes los hayan satisfecho, aplicará un examen de conocimientos en la materia; el procedimiento deberá observar los principios de transparencia, publicidad y máxima concurrencia.

Para la formulación del examen de conocimientos, el Comité de Evaluación deberá considerar la opinión de cuando menos dos instituciones de educación superior y seguirá las mejores prácticas en la materia.

El Comité de Evaluación, por cada vacante, enviará al Ejecutivo una lista con un mínimo de tres y un máximo de cinco aspirantes, que hubieran obtenido las calificaciones aprobatorias más altas. En el caso de no completarse el número mínimo de aspirantes se emitirá una nueva convocatoria. El Ejecutivo seleccionará de entre esos aspirantes, al candidato que propondrá para su ratificación al Senado.

La ratificación se hará por el voto de las dos terceras partes de los miembros del Senado presentes, dentro del plazo improrrogable de treinta días naturales a partir de la presentación de la propuesta; en los recesos, la Comisión Permanente convocará desde luego al Senado. En caso de que la Cámara de Senadores rechace al candidato propuesto por el Ejecutivo, el Presidente de la República someterá una nueva propuesta, en los términos del párrafo anterior. Este procedimiento se repetirá las veces que sea necesario si se producen nuevos rechazos hasta que sólo quede un aspirante aprobado por el Comité de Evaluación, quien será designado comisionado directamente por el Ejecutivo.

Todos los actos del proceso de selección y designación de los Comisionados son inatacables.<sup>16</sup>

Así mismo en el artículo septuagésimo tercero, indica que, dentro de las facultades del Congreso se encuentra legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, sustancias químicas, explosivos, pirotecnia, industria cinematográfica, comercio, juegos con apuestas y sorteos, intermediación y servicios financieros, energía eléctrica y nuclear y para expedir las leyes del trabajo reglamentarias del artículo 123; dictar leyes sobre vías generales de comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, radiodifusión, telecomunicaciones, incluida la banda ancha e Internet, postas y correos, y sobre el uso y aprovechamiento de las aguas de jurisdicción federal.

Las autoridades federales podrán conocer de los delitos del fuero común, cuando éstos tengan conexidad con delitos federales o delitos contra periodistas, personas o instalaciones que afecten, limiten o menoscaben el derecho a la información o las libertades de expresión o imprenta.

Así mismo en su artículo septuagésimo sexto el Senado tiene facultad de nombrar a los comisionados del organismo garante que establece el artículo 6o. de esta Constitución, en los términos establecidos por la misma y las disposiciones previstas en la ley

De todo este marco jurídico, podemos establecer, que los medios de comunicación dado que su canal de distribución pertenece al Estado es de control constitucional, y de este acervo legal se desprenden las leyes federales mediante las que se han de dirimir tanto los derechos como las obligaciones y su solución dentro del ámbito litigioso, correspondiendo enteramente a la federación por la naturaleza de su constitución patrimonial.

---

<sup>16</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>

Ahora bien, para ejemplificar claramente en materia de comunicaciones tal y como se desprende de lo antes narrado la cámara de Diputados Federal es la encargada de coordinar los trabajos de la comisión de comunicaciones que vigila y se encarga de las propuestas y conflictos que se presentan ante esta. **Ver figura 9 y 10.**

<b>Comunicaciones Plantilla de integrantes</b>											
<b>Diputado</b>			<b>Grupo Parlamentario</b>				<b>Entidad</b>				
<b>PRESIDENCIA</b>											
<u>Ortega Pacheco Ivonne Aracelly</u>			PRI				Yucatán				
<b>SECRETARÍA</b>											
<u>Chávez Acosta Rosa Guadalupe</u>			PRI				Hidalgo				
<u>Quiñones Cornejo María De La Paz</u>			PRI				Distrito Federal				
<u>Saracho Navarro Francisco</u>			PRI				Coahuila				
<u>Silva Tejeda Víctor Manuel</u>			PRI				Michoacán				
<u>Gama Basarte Marco Antonio</u>			PAN				San Luis Potosí				
<u>Sánchez Juárez Claudia</u>			PAN				México				
<u>Flores Sonduk Lluvia</u>			PRD				Guerrero				
<u>García Calderón David Gerson</u>			PRD				México				
<u>Toledo Aceves Wendolin</u>			PVEM				Aguascalientes				
<u>Molina Arias Renato Josafat</u>			MORENA				Distrito Federal				
<u>García Soberanes Cynthia Gissel</u>			PES				Baja California				
<b>INTEGRANTES</b>											
<u>Canales Najjar Tristán Manuel</u>			PRI				México				
<u>Cuata Domínguez Blanca Margarita</u>			MORENA				Morelos				
<u>De León Maza Sofía Del Sagrario</u>			PRI				Veracruz				
<u>Fernández Márquez Julieta</u>			PRI				Guerrero				
<u>Guzmán Lagunes Noemí Zoila</u>			PRI				Veracruz				
<u>Hermosillo Arteaga Carlos Gerardo</u>			PRI				Chihuahua				
<u>Machuca Sánchez Mario</u>			PVEM				Quintana Roo				
<u>Muñoz Cervantes Arlette Ivette</u>			PAN				Aguascalientes				
<u>Nava Palacios Francisco Xavier</u>			PRD				San Luis Potosí				
<u>Taboada Cortina Santiago</u>			PAN				Distrito Federal				
<u>Talavera Hernández María Eloísa</u>			PAN				Baja California				
<u>Torres Rivas Francisco Alberto</u>			PVEM				Yucatán				
<u>Velázquez Valdez Brenda</u>			PAN				Nuevo León				
<u>Zamora Zamora Salvador</u>			MC				Jalisco				
<b>G.P.</b>	<b>PRI</b>	<b>PAN</b>	<b>PRD</b>	<b>PVEM</b>	<b>MORENA</b>	<b>MC</b>	<b>NA</b>	<b>PES</b>	<b>IND</b>	<b>SP</b>	<b>TOTAL</b>
Integrantes	10	6	3	3	2	1	0	1	0	0	26

Última modificación: 13 de diciembre de 2016. 1 PSO - II año <sup>17</sup> **Figura 9.**

<sup>17</sup> Véase: [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/integrantes\\_de\\_comision\\_lxiii.php?comt=16](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/integrantes_de_comision_lxiii.php?comt=16)

Asuntos turnados a la comisión de: Comunicaciones						
Asuntos turnados para dictamen a COMISIÓN ÚNICA						
Documento	Turnadas	Aprobadas	Desechadas	Atendidas	Retiradas	Pendientes
Minutas	0	0	0	0	0	0
Iniciativas	5	0	1	0	2	2
Proposiciones	15	6	1	0	4	4
Asuntos turnados para dictamen a COMISIONES UNIDAS						
Documento	Turnadas	Aprobadas	Desechadas	Atendidas	Retiradas	Pendientes
Minutas	0	0	0	0	0	0
Iniciativas	7	0	0	0	3	4
Proposiciones	2	1	0	0	0	1
Asuntos turnados para OPINIÓN						
Documento	Turnadas	Aprobadas	Desechadas	Atendidas	Retiradas	Pendientes
Minutas	0	0	0	0	0	0
Iniciativas	0	0	0	0	0	0
Proposiciones	0	0	0	0	0	0

Última modificación: 20 de diciembre de 2016. 1 POS - II Año<sup>18</sup> Figura 10.

## 2.2 Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

Esta ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014, es de orden público y tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes públicas de telecomunicaciones, el acceso a la infraestructura activa y pasiva, los recursos orbitales, la comunicación vía satélite, la prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y la convergencia entre éstos, los derechos de los usuarios y las audiencias, y el proceso de competencia y libre concurrencia en estos sectores, para que contribuyan a los fines y al ejercicio de los derechos establecidos en los artículos 6o., 7o., 27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Establece que las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general.

<sup>18</sup> Véase: [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/cuadro\\_asuntos\\_por\\_comisionlxiii.php?co mt =16](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/cuadro_asuntos_por_comisionlxiii.php?co mt =16)



En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Acentúa que el Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación y garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios. En todo momento el Estado mantendrá el dominio originario, inalienable e imprescriptible sobre el espectro radioeléctrico.

Así mismo indica que se podrá permitir el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y de los recursos orbitales, conforme a las modalidades y requisitos establecidos en la presente Ley y demás disposiciones aplicables, enmarca a la letra los siguientes conceptos:

**I. Acceso al usuario final:** El circuito físico que conecta el punto de conexión terminal de la red en el domicilio del usuario a la central telefónica o instalación equivalente de la red pública de telecomunicaciones local, desde la cual se presta el servicio al usuario;

**II. Agente con poder sustancial:** Aquél agente económico que tiene poder sustancial en algún mercado relevante de los sectores de radiodifusión o telecomunicaciones, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Competencia Económica;

**III. Arquitectura abierta:** Conjunto de características técnicas de las redes públicas de telecomunicaciones que les permite interconectarse entre sí, a nivel físico o virtual, lógico y funcional, de tal manera que exista interoperabilidad entre ellas;

**IV. Atribución de una banda de frecuencias:** Acto por el cual una banda de frecuencias determinada se destina al uso de uno o varios servicios de radiocomunicación, conforme al Cuadro Nacional de Atribución de Frecuencias;

**V. Banda ancha:** Acceso de alta capacidad que permite ofrecer diversos servicios convergentes a través de infraestructura de red fiable, con

independencia de las tecnologías empleadas, cuyos parámetros serán actualizados por el Instituto periódicamente;

**VI. Banda de frecuencias:** Porción del espectro radioeléctrico comprendido entre dos frecuencias determinadas;

**VII. Calidad:** Totalidad de las características de un servicio de telecomunicaciones y radiodifusión que determinan su capacidad para satisfacer las necesidades explícitas e implícitas del usuario del servicio, cuyos parámetros serán definidos y actualizados regularmente por el Instituto;

**VIII. Canal de programación:** Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales, puesta a disposición de la audiencia, bajo la responsabilidad de una misma persona y dotada de identidad e imagen propias y que es susceptible de distribuirse a través de un canal de radiodifusión;

**IX. Canal de transmisión de radiodifusión:** Ancho de banda indivisible destinado a la emisión de canales de programación de conformidad con el estándar de transmisión aplicable a la radio o a la televisión, en términos de las disposiciones generales aplicables que emita el Instituto;

**X. Cobertura universal:** Acceso de la población en general a los servicios de telecomunicaciones determinados por la Secretaría, bajo condiciones de disponibilidad, asequibilidad y accesibilidad;

**XI. Comercializadora:** Toda persona que proporciona servicios de telecomunicaciones a usuarios finales mediante el uso de capacidad de una o varias redes públicas de telecomunicaciones sin tener el carácter de concesionario en los términos de esta Ley;

**XII. Concesión única:** Acto administrativo mediante el cual el Instituto confiere el derecho para prestar de manera convergente, todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones o radiodifusión. En caso de que el concesionario requiera utilizar bandas del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, deberá obtenerlos conforme a los términos y modalidades establecidas en esta Ley;

**XIII. Concesión de espectro radioeléctrico o de recursos orbitales:** Acto administrativo mediante el cual el Instituto confiere el derecho para usar, aprovechar o explotar bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, en los términos y modalidades establecidas en esta Ley;

**XIV. Concesionario:** Persona física o moral, titular de una concesión de las previstas en esta Ley;

**XV. Constitución:** Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;

**XVI. Cuadro nacional de atribución de frecuencias:** Disposición administrativa que indica el servicio o servicios de radiocomunicaciones a los que se encuentra atribuida una determinada banda de frecuencias del espectro radioeléctrico, así como información adicional sobre el uso y planificación de determinadas bandas de frecuencias;

**XVII. Decreto:** Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013;

**XVIII. Desagregación:** Separación de elementos físicos, incluyendo la fibra óptica, técnicos y lógicos, funciones o servicios de la red pública de telecomunicaciones local del agente económico preponderante en el sector de las telecomunicaciones o del agente que a nivel nacional tenga poder sustancial en el mercado relevante de servicios de acceso al usuario final, de manera que otros concesionarios puedan acceder efectivamente a dicha red pública de telecomunicaciones local;

**XIX. Ejecutivo Federal:** Comprende a la Administración Pública Federal, sus dependencias y entidades, según corresponda;

**XX. Equipo complementario:** Infraestructura de retransmisión de la señal de una estación de radiodifusión que tiene por objeto garantizar la recepción de dicha señal con la calidad requerida por el Instituto o por las disposiciones aplicables, dentro de la zona de cobertura concesionada;

**XXI. Espectro radioeléctrico:** Espacio que permite la propagación, sin guía artificial, de ondas electromagnéticas cuyas bandas de frecuencias se fijan convencionalmente por debajo de los 3,000 gigahertz;

**XXII. Estación terrena:** La antena y el equipo asociado a ésta que se utiliza para transmitir o recibir señales de comunicación vía satélite;

**XXIII. Frecuencia:** Número de ciclos por segundo que efectúa una onda del espectro radioeléctrico, cuya unidad de medida es el Hertz;

**XXIV. Homologación:** Acto por el cual el Instituto reconoce oficialmente que las especificaciones de un producto, equipo, dispositivo o aparato destinado a telecomunicaciones o radiodifusión, satisface las normas o disposiciones técnicas aplicables;

**XXV. INDAABIN:** Instituto de Administración y Avalúos de Bienes Nacionales;

**XXVI. Infraestructura activa:** Elementos de las redes de telecomunicaciones o radiodifusión que almacenan, emiten, procesan, reciben o transmiten escritos, imágenes, sonidos, señales, signos o información de cualquier naturaleza;

**XXVII. Infraestructura pasiva:** Elementos accesorios que proporcionan soporte a la infraestructura activa, entre otros, bastidores, cableado subterráneo y aéreo, canalizaciones, construcciones, ductos, obras, postes, sistemas de suministro y respaldo de energía eléctrica, sistemas de climatización, sitios, torres y demás aditamentos, incluyendo derechos de vía, que sean necesarios para la instalación y operación de las redes, así como para la prestación de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión;

**XXVIII. Instituto:** Instituto Federal de Telecomunicaciones;

**XXIX. Insumos esenciales:** Elementos de red o servicios que se proporcionan por un solo concesionario o un reducido número de concesionarios, cuya reproducción no es viable desde un punto de vista técnico, legal o económico y son insumos indispensables para la prestación de los servicios de telecomunicaciones y de radiodifusión. En los casos no previstos en esta Ley, el Instituto determinará la existencia y regulación al acceso de insumos esenciales en términos de lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica;

**XXX. Interconexión:** Conexión física o virtual, lógica y funcional entre redes públicas de telecomunicaciones que permite la conducción de tráfico entre dichas redes y/o entre servicios de telecomunicaciones prestados a través de las mismas, de manera que los usuarios de una de las redes públicas de telecomunicaciones puedan conectarse e intercambiar tráfico con los usuarios de otra red pública de telecomunicaciones y viceversa, o bien permite a los usuarios de una red pública de telecomunicaciones la utilización de servicios de telecomunicaciones provistos por o a través de otra red pública de telecomunicaciones;

**XXXI. Interferencia perjudicial:** Efecto de una energía no deseada debida a una o varias emisiones, radiaciones, inducciones o sus combinaciones sobre la recepción en un sistema de telecomunicaciones o radiodifusión, que puede manifestarse como degradación de la calidad, falseamiento o pérdida de información, que compromete, interrumpe repetidamente o impide el funcionamiento de cualquier servicio de radiocomunicación;

**XXXII. Internet:** Conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única;

**XXXIII. Interoperabilidad:** Características técnicas de las redes públicas, sistemas y equipos de telecomunicaciones integrados a éstas que permiten la interconexión efectiva, por medio de las cuales se asegura la provisión de un servicio de telecomunicaciones específico de una manera consistente y predecible, en términos de la entrega funcional de servicios entre redes;

**XXXIV. Ley:** Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión;

**XXXV. Localización geográfica en tiempo real:** Es la ubicación aproximada en el momento en que se procesa una búsqueda de un equipo terminal móvil asociado a una línea telefónica determinada;

**XXXVI. Mensaje Comercial:** Mención dirigida al público o a un segmento del mismo durante corte programático, con el propósito de informar sobre la existencia o características de un producto, servicio o actividad para inducir su comercialización y venta, en las estaciones de radiodifusión con concesión comercial y canales de televisión y audio restringidos. El mensaje comercial no incluye los promocionales propios de la estación o canal, ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado, y otros a disposición del Poder Ejecutivo, ni programas de oferta de productos y servicios;

**XXXVII. Multiprogramación:** Distribución de más de un canal de programación en el mismo canal de transmisión;

**XXXVIII. Neutralidad a la competencia:** Obligación del Estado de no generar distorsiones al mercado como consecuencia de la propiedad pública;

**XXXIX. Órbita satelital:** Trayectoria que recorre una estación espacial alrededor de la Tierra;

**XL. Patrocinio:** El pago en efectivo o en especie que realiza cualquier persona física o moral a fin de que se haga la mención o presentación visual de la denominación, razón social, marca o logotipo de la persona que realizó el pago;

**XLI. Películas cinematográficas:** Creación audiovisual compuesta por imágenes en movimiento, con o sin sonorización incorporada, con una duración de sesenta minutos o superior. Son películas nacionales las realizadas por personas físicas o morales mexicanas o las realizadas en el marco de los acuerdos internacionales o los convenios de coproducción suscritos por el gobierno mexicano, con otros países u organismos internacionales;

**XLII. Poder de mando:** La capacidad de hecho de influir de manera decisiva en los acuerdos adoptados en las asambleas de accionistas o sesiones del consejo de administración o en la gestión, conducción y ejecución de los negocios de una persona que ésta controle o en las que tenga una influencia significativa;

**XLIII. Política de inclusión digital universal:** Conjunto de programas y estrategias emitidos por el Ejecutivo Federal orientadas a brindar acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, incluyendo el Internet de banda ancha para toda la población, haciendo especial énfasis en sus sectores más vulnerables, con el propósito de cerrar la brecha digital existente entre individuos, hogares, empresas y áreas geográficas de distinto nivel socioeconómico, respecto a sus oportunidades de acceso a las tecnologías referidas y el uso que hacen de éstas;

**XLIV. Portabilidad:** Derecho de los usuarios de conservar el mismo número telefónico al cambiarse de concesionario o prestador de servicio;

**XLV. Posiciones orbitales geoestacionarias:** Ubicaciones en una órbita circular que se encuentran en el plano ecuatorial, que permiten que un satélite mantenga un periodo de traslación igual al periodo de rotación de la Tierra;

**XLVI. Preponderancia:** Calidad determinada por el Instituto de un agente económico en los términos del artículo 262 de esta Ley;

**XLVII. Producción nacional:** Contenido o programación generada por persona física o moral con financiamiento mayoritario de origen mexicano;

**XLVIII. Productor nacional independiente de contenidos audiovisuales:** Persona física o moral de nacionalidad mexicana que produce obras audiovisuales a nivel nacional, regional o local, que no cuenta con una concesión de telecomunicaciones o radiodifusión, ni es controlado por un concesionario en virtud de su poder de mando;

**XLIX. PROFECO:** La Procuraduría Federal del Consumidor;

**L. Programación de oferta de productos:** La que, en el servicio de radio y televisión tiene por objeto ofrecer o promover la venta de bienes o la prestación de servicios y cuya duración es superior a cinco minutos continuos;

**LI. Programador nacional independiente:** Persona física o moral que no es objeto de control por parte de algún concesionario de radiodifusión o por alguna afiliada, filial o subsidiaria de éste, ni es controlado por un concesionario en virtud de su poder de mando, que cuenta con la capacidad de conformar un canal de programación con base en estructura programática formada mayoritariamente por producción propia y producción nacional independiente y cuya titularidad sobre los derechos de autor sea mayoritariamente mexicana;

**LII. Punto de interconexión:** Punto físico o virtual donde se establece la interconexión entre redes públicas de telecomunicaciones para el intercambio de tráfico de interconexión o de tráfico de servicios mayoristas;

**LIII. Radiocomunicación:** Toda telecomunicación o radiodifusión que es transmitida por ondas del espectro radioeléctrico;

**LIV. Radiodifusión:** Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales, atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello;

**LV. Recursos orbitales:** Posiciones orbitales geoestacionarias u órbitas satelitales con sus respectivas bandas de frecuencias asociadas que pueden ser objeto de concesión;

**LVI. Red compartida mayorista:** Red pública de telecomunicaciones destinada exclusivamente a comercializar capacidad, infraestructura o servicios de telecomunicaciones al mayoreo a otros concesionarios o comercializadoras;

**LVII. Red de telecomunicaciones:** Sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario;

**LVIII. Red pública de telecomunicaciones:** Red de telecomunicaciones a través de la cual se explotan comercialmente servicios de telecomunicaciones. La red no comprende los equipos terminales de telecomunicaciones de los usuarios, ni las redes de telecomunicaciones que se encuentren más allá del punto de conexión terminal;

**LIX. Satélite:** Objeto colocado en una órbita satelital, provisto de una estación espacial con sus frecuencias asociadas que le permite recibir, transmitir o retransmitir señales de radiocomunicación desde o hacia estaciones terrenas u otros satélites;

**LX. Secretaría:** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

**LXI. Servicio de usuario visitante:** El servicio a través del cual los usuarios de una red pública de telecomunicaciones de servicio local móvil, pueden originar o recibir comunicaciones de voz o datos a través de la infraestructura de acceso de otro concesionario de red pública de telecomunicaciones del servicio local móvil, sin necesidad de realizar algún procedimiento adicional, al tratarse de usuarios de otra región local móvil o al estar fuera de la zona de cobertura de su proveedor de servicios móviles;

**LXII. Servicio mayorista de telecomunicaciones:** Servicio de telecomunicaciones que consiste en el suministro de acceso a elementos individuales, a capacidades de una red o servicios, incluyendo los de interconexión, que son utilizados por concesionarios o comercializadores para proveer servicios de telecomunicaciones a los usuarios finales;

**LXIII. Servicios de interconexión:** Los que se prestan entre concesionarios de servicios de telecomunicaciones, para realizar la interconexión entre sus redes e incluyen, entre otros, la conducción de tráfico, su originación y terminación, enlaces de transmisión, señalización, tránsito, puertos de acceso, ubicación, la compartición de infraestructura para interconexión, facturación y cobranza, así como otros servicios auxiliares de la misma y acceso a servicios;

**LXIV. Servicio de televisión y audio restringidos:** Servicio de telecomunicaciones de audio o de audio y video asociados que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida;

**LXV. Servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión:** Servicios de interés general que prestan los concesionarios al público en general con fines comerciales, públicos o sociales de conformidad con lo dispuesto en la presente Ley y la Ley Federal de Competencia Económica;

**LXVI. Sistema de comunicación por satélite:** El que permite el envío de señales de radiocomunicación a través de una estación terrena transmisora a un satélite que las recibe, amplifica, procesa y envía de regreso a la Tierra para ser captada por una o varias estaciones terrenas receptoras;

**LXVII. Sitio público:** Para efectos de esta Ley y siempre que se encuentren a cargo de dependencias o entidades federales, estatales o municipales o bajo programas públicos de cualquiera de los tres órdenes de gobierno, se consideran como tal a:

- a) Escuelas, universidades y, en general, inmuebles destinados a la educación;
- b) Clínicas, hospitales, centros de salud y, en general, inmuebles para la atención de la salud;
- c) Oficinas de los distintos órdenes de gobierno;
- d) Centros comunitarios;
- e) Espacios abiertos tales como plazas, parques, centros deportivos y áreas públicas de uso común para la población en general, cuya construcción o conservación está a cargo de autoridades federales, estatales, municipales o del Distrito Federal;
- f) Aquellos que participen en un programa público, y
- g) Los demás que se consideren sitios públicos de acuerdo a la legislación vigente;



**LXVIII. Telecomunicaciones:** Toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, datos, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúa a través de hilos, radioelectricidad, medios ópticos, físicos u otros sistemas electromagnéticos, sin incluir la radiodifusión;

**LXIX. Tráfico:** Datos, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que circulan por una red de telecomunicaciones;

**LXX. Valor mínimo de referencia:** Cantidad expresada en dinero, misma que será considerada como el valor mínimo que se deberá pagar como contraprestación por la adjudicación de la concesión, y

**LXXI. Usuario final:** Persona física o moral que utiliza un servicio de telecomunicaciones como destinatario final.<sup>19</sup>

En relación a los principios sobre no discriminación señala que la perspectiva de género e interés superior de la niñez, se atenderá a las definiciones que para tal efecto se establecen en las leyes correspondientes.

Así mismo, para los efectos de esta la Ley, son vías generales de comunicación el espectro radioeléctrico, las redes públicas de telecomunicaciones, las estaciones de radiodifusión y equipos complementarios, así como los sistemas de comunicación vía satélite. Las vías generales de comunicación, la obra civil y los derechos de paso, uso o vía, asociados a las redes públicas de telecomunicaciones, las estaciones de radiodifusión y equipos complementarios, así como los sistemas de comunicación vía satélite materia de la Ley y los servicios que con ellas se presten, son de jurisdicción federal.

Indica que, se considera de interés y utilidad públicos; la instalación, operación y mantenimiento de infraestructura destinada al servicio de las redes públicas de telecomunicaciones, las estaciones de radiodifusión y equipos complementarios, las cuales estarán sujetas exclusivamente a los poderes federales, en sus respectivos ámbitos de atribuciones, debiendo respetarse las disposiciones estatales, municipales y del Distrito Federal que resulten aplicables en materia de desarrollo urbano.

---

<sup>19</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftr.htm>

Apunta que no podrán imponerse contribuciones u otras contraprestaciones económicas adicionales, a las que el concesionario haya pactado cubrir con el propietario de un inmueble para instalar su infraestructura.

Establece que El Ejecutivo Federal, los Estados, los Municipios y el Gobierno del Distrito Federal en el ámbito de sus atribuciones, colaborarán y otorgarán facilidades para la instalación y despliegue de infraestructura y provisión de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión. En ningún caso se podrá restringir la instalación de infraestructura de telecomunicaciones y radiodifusión para la prestación de los servicios públicos que regula esta Ley.

Así mismo, establece que el Instituto Federal de Telecomunicaciones es un órgano público autónomo, independiente en sus decisiones y funcionamiento, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión en el ámbito de las atribuciones que le confieren la Constitución y en los términos que fijan esta Ley y demás disposiciones legales aplicables.

Este Instituto tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, los recursos orbitales, los servicios satelitales, las redes públicas de telecomunicaciones y la prestación de los servicios de radiodifusión y de telecomunicaciones, así como del acceso a la infraestructura activa y pasiva y otros insumos esenciales, sin perjuicio de las atribuciones que corresponden a otras autoridades en los términos de la legislación correspondiente.

Considera al Instituto la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que establecen el artículo 28 de la Constitución, esta Ley en comento, así como de la Ley Federal de Competencia Económica.

De igual forma establece lo referente al espectro radioeléctrico y recursos orbitales, su administración, el régimen de concesiones y su uso comercial o privado, su uso público o social, de las Concesiones sobre el Espectro Radioeléctrico para uso Público y uso Social para prestar el Servicio de Radiodifusión, de las Concesiones sobre el Espectro Radioeléctrico para uso Público y uso Social para prestar el Servicio de Radiodifusión, las Concesiones para la Ocupación y Explotación de Recursos Orbitales, de las Contraprestaciones, del Arrendamiento del Espectro Radioeléctrico, del Cambio o Rescate del Espectro Radioeléctrico o de Recursos Orbitales.

Aunado a la de la Cesión de Derechos, del Control Accionario, de la Terminación de las Concesiones y la Requisa, de las Redes y los Servicios de Telecomunicaciones, de la Instalación y Operación de las Redes Públicas de Telecomunicaciones, de la Numeración, el Direccionamiento y la Denominación en los Servicios de Telecomunicaciones, del Acceso y la Interconexión, del Acceso y la Interconexión, de las Redes Públicas de Telecomunicaciones con Participación Pública, de la Neutralidad de las Redes, del Aprovechamiento de los bienes del Estado para el despliegue de Infraestructura de Telecomunicaciones.

Aborda la regulación de la Comunicación por Satélite, Disposiciones Específicas para el Servicio de Radiodifusión, Televisión y Audio Restringidos, de la Instalación y Operación, Multiprogramación, de la Retransmisión, del Registro Público de Telecomunicaciones, del Registro Público de Concesiones, del Sistema Nacional de Información de Infraestructura, de la Infraestructura Pasiva y Derechos de Vía, de los Sitios Públicos y Privados, de las Obligaciones en materia de Seguridad y Justicia.

Aunado a la regulación se puntualiza la normatividad respecto de los Derechos de los Usuarios y sus Mecanismos de Protección y que serán atendidos únicamente por la Ley Federal del Consumidor, de los Derechos de los Usuarios con Discapacidad, de las Tarifas a los Usuarios, Conservación de los Números Telefónicos por los Abonados, de la Cobertura Universal, de los Contenidos Audiovisuales, de la Competencia de las Autoridades, Publicidad, de la Producción Nacional y la Producción Nacional Independiente.

Dentro de esta normatividad y su cumplimiento, el único mecanismo sancionador respecto a la verificación y régimen de sanciones, se enumera acudir a la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, y las sanciones solo se limitan a las pecuniarias.

## **2.2.1 Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión**

Este reglamento fue publicado el 10 de octubre del año 2002, enmarca la necesidad de ajustarse a las necesidades que se viven en Nuestra Nación en un marco de gobernabilidad democrática y Estado de Derecho, la adecuación del Reglamento debe responder a los principios de libertad de expresión, certeza jurídica y de responsabilidad social, para lograr un sano desarrollo de la industria de radio y televisión de nuestro país, tan importante para todos los mexicanos.

Así mismo, establece fortalecer la función social que les corresponde desempeñar a la radio y la televisión en su calidad de medios concesionados y permisionados, así como el compromiso de promover una eficiente administración y utilización de los tiempos del Estado, respecto a lo cual, no debe omitirse que en forma complementaria se buscará ajustar los tiempos del Ejecutivo Federal.

Enmarca los lineamientos y criterios de clasificación de los contenidos de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros debe, incorporarse la participación ciudadana en el Consejo Nacional de Radio y Televisión, a fin de garantizar el afianzamiento de la unidad nacional, el enriquecimiento de nuestra cultura y también de la educación de la población, así como la mejora en la calidad de los contenidos atendiendo a que la tarea informativa debe constituir una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.

Enuncia que, la libertad de expresión debe ejercerse con respeto absoluto a los derechos de réplica y de privacidad de los ciudadanos frente a los medios, de manera que tanto éstos como los comunicadores puedan defender el derecho para preservar intacta su dignidad personal al tiempo que se debe incorporar la reglamentación de la radio y la televisión son la libertad de expresión, el respeto mutuo, la participación ciudadana y las condiciones de transparencia y claridad jurídica, con el objeto de lograr una relación más confiable y benéfica para nuestro país, entre los concesionarios y el Estado.

Así mismo, incorpora cambios que orientarán la radio y televisión en sus actividades de fortalecer la solidaridad, la equidad de género y el respeto a los derechos de grupos vulnerables; que promoverán el derecho de réplica, mejorarán la calidad en los contenidos de las transmisiones y se creará un Registro Público de Concesiones y Permisos, en beneficio de la transparencia de la acción pública.

En este sentido, y respecto del Gobierno Federal, los cambios se aplicarán en materia de publicación de criterios de clasificación, transparencia y acotamiento en la discrecionalidad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos y, especialmente, comprende la inclusión de las propuestas de los grupos de trabajo que participaron en la mesa de diálogo instalada para tal efecto, y los principales cambios respecto a la industria de radio y televisión consisten en la regulación de los programa de ofertas de productos, en la transparencia y seguridad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos, flexibilidad en la comercialización y mayor presencia en el Consejo Nacional de Radio y Televisión, en este sentido es fundamental insertar a la letra lo tocante a este tema ya que es el lineamiento que traza el planteamiento del tema que se aborda, los cuales son:

**Artículo 24.** Para los efectos de los artículos 59 bis, párrafo último, y 72 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía clasificará las películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados de la siguiente manera:

- I. "A": aptos para todo público, los cuales podrán transmitirse en cualquier horario;
- II. "B": aptos para adolescentes y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veinte horas;

III. "B-15": aptos para adolescentes mayores de 15 años y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintiuna horas;

IV. "C": aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintidós horas, y

V. "D": aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse entre las cero y las cinco horas.

La Secretaría de Gobernación, previa opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión, emitirá los criterios generales de clasificación. Estos criterios deberán ser publicados en el **Diario Oficial de la Federación** y serán aplicados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía para la clasificación de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora e independientemente de su clasificación, en casos específicos y cuando a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio a que va dirigida, su temática u otras razones similares.

**Artículo 25.** Los concesionarios o permisionarios que transmitan películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados, podrán someter al examen de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, los argumentos y adaptaciones en que proyectan basar su producción. En este caso, se otorgará autorización provisional, que será confirmada si el material se ajusta a la adaptación o argumento examinado, se hayan atendido, de haberlas, las indicaciones dadas, y no violen en su realización la Ley de la materia ni las disposiciones de este Reglamento.

**Artículo 26.** Los concesionarios y permisionarios anunciarán las clasificaciones que correspondan en los términos del artículo 24 de este Reglamento, al iniciarse la exhibición del programa y a la mitad del mismo, utilizando algún mecanismo técnico de superposición que no afecte la imagen. El anuncio deberá tener una duración mínima de treinta segundos.

## **Capítulo VI**

### **De los materiales grabados**

**Artículo 27.** La solicitud de clasificación a que se refiere el artículo 9o. de este Reglamento, deberá presentarse por lo menos ocho días antes de la transmisión, venir acompañada de una copia íntegra del material y proporcionar la siguiente información:

I. Título de la película, serie filmada, telenovela o teleteatro grabados;

II. Nombre del concesionario o denominación de la sociedad o, en su caso, nombre de la permisionaria;

**III.** Una relación que contenga los nombres del productor, autor del argumento, adaptador, director y principales actores, y

**IV.** Número de rollos o metraje en que esté contenido el material.

**Artículo 28.** Las autorizaciones para la transmisión por televisión de materiales grabados procedentes del extranjero, se otorgarán, en su caso, de acuerdo con las siguientes reglas:

**I.** Deberán ajustarse en todo a las disposiciones de la Ley de la materia y de este Reglamento;

**II.** No atentarán contra los valores nacionales ni contra los símbolos patrios, y

**III.** Siempre y cuando no existan razones de reciprocidad o de interés público que lo impidan.

**Artículo 34.** Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión lo siguiente:

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

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

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

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

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

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

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

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

**Artículo 35.** Se considera que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos:

- I. Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores;
- II. Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios; y
- III. Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.

**Artículo 36.** Se considera que se corrompe el lenguaje cuando las palabras utilizadas por origen o por su uso sean consideradas como procaces.

**Artículo 37.** Se consideran contrarias a las buenas costumbres:

- I. El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos, y
- II. La justificación de las relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo.

**Artículo 39.** La propaganda comercial que se transmita por estaciones de radio o televisión, deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación.

**Artículo 40.** El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece en los siguientes términos:

- I. En estaciones de televisión, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión de cada estación, y
- II. En estaciones de radio, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión.

La duración de la propaganda comercial no incluye los promocionales propios de la estación ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado y otros a disposición del Poder Ejecutivo.

**Artículo 41.** Los comerciales filmados o aprobados para la televisión, nacionales o extranjeros, deberán ser aptos para todo público.

**Artículo 42.** La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:



- I. Abstenerse de toda exageración;
- II. Combinarse dentro del texto o alternarse con propaganda de educación higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular, y
- III. Hacerse a partir de las veintidós horas, de acuerdo con la fracción III del artículo 24 de este Reglamento.

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

**Artículo 43.** No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para todo público.

**Artículo 44.** Queda prohibida toda publicidad referente a:

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

**Artículo 45.** Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares.

**Artículo 46.** Las estaciones de radio y televisión concesionadas podrán transmitir, de las 00:00 y hasta las 05:59 horas, programación de oferta de productos. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión de dichos programas en un horario distinto.

Los tiempos del Estado a que se refiere la fracción II del artículo 15 de este Reglamento no se podrán transmitir en los programas destinados a la oferta de productos.<sup>20</sup>

Este ordenamiento, también establece la forma en que se conformara, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, y en qué consistirán las sanciones mismas que atenderán a la Ley de Radio y Televisión, mismas que impondrá la Secretaría de Gobernación y se resolverán en los términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

---

<sup>20</sup> **Véase:** [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg\\_LFRT\\_MCPCTRT.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFRT_MCPCTRT.pdf)

## **2.3 Ley Federal de Cinematografía**

Las disposiciones de esta Ley son de orden público e interés social y regirán en todo el territorio nacional, su objetivo es promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como, su rescate y preservación, procurando siempre el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

Enuncia que es inviolable la libertad de realizar y producir películas, establece que la industria cinematográfica nacional al conjunto de personas físicas o morales cuya actividad habitual o transitoria sea la creación, realización, producción, distribución, exhibición, comercialización, fomento, rescate y preservación de las películas cinematográficas.

Indica que, la industria cinematográfica nacional por su sentido social, es un vehículo de expresión artística y educativa, y constituye una actividad cultural primordial, sin menoscabo del aspecto comercial que le es característico. Corresponde al Poder Ejecutivo Federal la aplicación y vigilancia del cumplimiento de esta Ley y su Reglamento.

Enuncia que, las entidades federativas y los municipios podrán coadyuvar en el desarrollo y promoción de la industria cinematográfica, por sí o mediante convenios con la Autoridad Federal competente.

Establece por película a la obra cinematográfica que contenga una serie de imágenes asociadas, plasmadas en un material sensible idóneo, con o sin sonorización incorporada, con sensación de movimiento, producto de un guión y de un esfuerzo coordinado de dirección, cuyos fines primarios son de proyección en salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces y/o su reproducción para venta o renta y comprenderá a las nacionales y extranjeras, de largo, medio y cortometraje, en cualquier formato o modalidad, la transmisión o emisión a través de un medio electrónico digital o cualquier otro conocido o por conocer, serán reguladas por las leyes de la materia.

Apunta que la película cinematográfica y su negativo son una obra cultural y artística, única e irremplazable y, por lo tanto, debe ser preservada y rescatada en su forma y concepción originales, independientemente de su nacionalidad y del soporte o formato que se emplee para su exhibición o comercialización.

En su contenido se norma la producción cinematográfica, su distribución, la exhibición y comercialización, la clasificación de las obras cinematográficas, la importación de películas, el fomento a la industria cinematográfica, la Función de la Cineteca Nacional.

Establece que, las autoridades competentes en esta materia serán La Secretaría de Cultura, del Instituto Mexicano de Cinematografía, con la Secretaría de Educación Pública, del Instituto Nacional del Derecho de Autor, el Registro Público del Derecho de Autor, La Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

Así como, de las visitas de verificación, las medidas de aseguramiento y las sanciones que deben imponerse en caso de violentar lo establecido en esta ley.<sup>21</sup>

## **2.4 Ley sobre delitos de imprenta**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de abril de 1917, Última reforma publicada DOF 04-11-2015, en la que el Congreso de la Unión reglamenta los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República.

Fundamentalmente narra los delitos cometidos en contra de la moral y la paz pública mediante el uso de la imprenta y la distribución de los productos impresos que deriven de ella.

---

<sup>21</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfc.htm>

Establece que, toda manifestación de palabra, por escrito, o por cualquier otro de los medios de que habla la fracción I del artículo anterior, con la que se defiendan o disculpen, aconsejen o propaguen públicamente los vicios, faltas o delitos, o se haga la apología de ellos o de sus autores; toda manifestación verificada con discursos, gritos, cantos, exhibiciones o representaciones o por cualquier otro medio de los enumerados en la fracción I del artículo 2o. con la cual se ultraje u ofenda públicamente al pudor, a la decencia, o a las buenas costumbres o se excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos, teniéndose como tales todos aquéllos que, en el concepto público, estén calificados de contrarios al pudor.

Así mismo, establece que toda distribución, venta o exposición al público, de cualquiera manera que se haga, de escritos, folletos, impresos, canciones, grabados, libros, imágenes, anuncios, tarjetas u otros papeles o figuras, pinturas, dibujos o litografiados de carácter obsceno o que representen actos lúbricos.

Enmarca que, un ataque al orden o a la paz pública la constituye toda manifestación o exposición maliciosa hecha públicamente por medio de discursos, gritos, cantos, amenazas, manuscritos, o de la imprenta, dibujo, litografía, fotografía, cinematógrafo, grabado o de cualquier otra manera, que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar o destruir las instituciones fundamentales del país; o con los que se injuria a la Nación Mexicana, o a las Entidades Políticas que la forman; así como toda manifestación con la que se aconseje, excite o provoque directa o indirectamente al Ejército a la desobediencia, a la rebelión, a la dispersión de sus miembros, o a la falta de otro u otros de sus deberes; se aconseje, provoque o excite directamente al público en general a la anarquía, al motín, sedición o rebelión, o a la desobediencia de las leyes o de los mandatos legítimos de la autoridad; se injurie a las autoridades del país con el objeto de atraer sobre ellas el odio, desprecio o ridículo; o con el mismo objeto se ataque a los cuerpos públicos colegiados, al Ejército o Guardia Nacional o a los miembros de aquéllos y éstas, con motivo de sus funciones; se injurie a las naciones amigas, a los soberanos o Jefes de ellas o a sus legítimos representantes en el país; o se aconseje, excite o provoque a la comisión de un delito determinado.

La publicación o propagación de noticias falsas o adulteradas sobre acontecimientos de actualidad, capaces de perturbar la paz o la tranquilidad de la República o en alguna parte de ella, o de causar el alza o baja de los precios de las mercancías o de lastimar el crédito de la Nación o de algún Estado o Municipio, o de los bancos legalmente constituidos.

Enfatiza que, toda publicación prohibida por la ley o por la autoridad por causa de interés público, o hecha antes de que la ley permita darla a conocer al público, se considera maliciosa una manifestación o expresión cuando por los términos en que está concebida sea ofensiva, o cuando implique necesariamente la intención de ofender.<sup>22</sup>

## **2.5 Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014, mediante la que se crea el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, denominado Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, así como, de autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión, que tiene por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades federativas a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, independencia editorial y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ldi.htm>

<sup>23</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lanem.htm>

## **2.6 Ley que crea la Agencia de Noticias del Estado Mexicano**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de junio de 2006, mediante la cual se crea el organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, denominado Notimex, Agencia de Noticias del Estado Mexicano, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, así como de autonomía técnica y de gestión.

Esta, tiene por objeto coadyuvar al ejercicio del derecho a la información mediante la prestación de servicios profesionales en materia de noticias al Estado mexicano y a cualquier otra persona, entidad u organismo público o privado, nacional o extranjero, con auténtica independencia editorial.

Indica que, la Agencia de Noticias del Estado Mexicano contará con autonomía operativa y de decisión, en los términos de esta Ley y de su Estatuto Orgánico, tendrá su domicilio legal en la Ciudad de México, Distrito Federal, y podrá establecer oficinas en toda la República y en el extranjero, para realizar las actividades que le correspondan.

Así mismo, indica que, toda información que genere o transmita la Agencia por cualquier medio de comunicación, deberá realizarse con absoluta independencia editorial frente a cualquiera de los Poderes de la Unión o de las Entidades Federativas, y bajo los principios de veracidad, imparcialidad, objetividad, pluralidad, equidad y responsabilidad.

Los servidores públicos de la Agencia deberán observar estos principios en el desempeño de su empleo, cargo o comisión.

Los servicios que proporcione la Agencia deberán desarrollarse de manera continua y sin interrupción.

Apunta que la información difundida por los periodistas de la Agencia tendrá como únicas limitantes el respeto a la vida privada, a la paz y moral públicas, a la dignidad personal y a los derechos de terceros, y evitará provocar la comisión de algún delito o perturbar el orden público, con apego a lo establecido en el artículo 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y a efecto de garantizar que la sociedad satisfaga su derecho a la información, reconoce como derechos de los periodistas oponibles frente a la Agencia, el secreto profesional y la cláusula de conciencia. El ejercicio de estos derechos en ningún caso ameritará la imposición de sanciones en el ámbito de aplicación de este ordenamiento jurídico.<sup>24</sup>

## **2.7 Leyes de aplicación supletoria en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión**

La ley aprobada de telecomunicaciones y radiodifusión, que abrogo la anterior Ley de radio y televisión, supone contener todos los aspectos actuales en materia de telecomunicaciones, sin embargo, derivado de la nueva ley y las nuevas tecnologías que cambian de forma diaria y el vertiginoso desarrollo de tecnología, presume lagunas por suplir mismas que deben ser resueltas.

Por lo que, la propia Ley Federal en materia establece que las controversias entre los concesionarios y la Federación, las Entidades Federativas y los Municipios, relacionadas con lo previsto en el presente artículo, serán resueltas por los tribunales especializados en materia de competencia económica, radiodifusión y telecomunicaciones. Establece a la letra que:

A falta de disposición expresa en esta Ley o en los tratados internacionales se aplicarán supletoriamente:

- I. La Ley General de Bienes Nacionales;

---

<sup>24</sup> *Véase:* <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lanem.htm>

- II. La Ley de Vías Generales de Comunicación;
- III. La Ley Federal de Protección al Consumidor;
- IV. La Ley Federal de Procedimiento Administrativo;
- V. El Código de Comercio;
- VI. El Código Civil Federal;
- VII. El Código Federal de Procedimientos Civiles; y
- VIII. Las Leyes Generales en materia electoral.

Agrega que, los asuntos que no tengan previsto un trámite específico conforme a la Ley Federal de Competencia Económica o esta Ley, se tramitarán conforme a lo dispuesto en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

## **2.7.1 Ley de Vías Generales de Comunicación**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de febrero de 1940, misma que sufriera múltiples modificaciones derivado de el Artículo Segundo Transitorio del “Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión”, publicado en el DOF 14-07-2014: “Se dejan sin efectos aquellas disposiciones de la Ley de Vías Generales de Comunicación en lo que se opongan a lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”.<sup>25</sup> Quedando subsistentes las rutas del servicio postal, los servicios auxiliares, obras, construcciones y demás dependencias y accesorios de las mismas, los terrenos y aguas que sean necesarias para el derecho de vía y para el establecimiento de los servicios y obras a que se refiere la fracción anterior.

---

<sup>25</sup> Véase: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lvgc.htm>



La extensión de los terrenos y aguas y el volumen de éstas se fijarán por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

## **2.7.2 Ley General de Bienes Nacionales**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2004, mediante la que, se expide la Ley General de Bienes Nacionales, es de orden público e interés general y tiene por objeto establecer los bienes que constituyen el patrimonio de la Nación; el régimen de dominio público de los bienes de la Federación y de los inmuebles de los organismos descentralizados de carácter federal; la distribución de competencias entre las dependencias administradoras de inmuebles.

Establece las bases para la integración y operación del Sistema de Administración Inmobiliaria Federal y Paraestatal y del Sistema de Información Inmobiliaria Federal y Paraestatal, incluyendo la operación del Registro Público de la Propiedad Federal; las normas para la adquisición, titulación, administración, control, vigilancia y enajenación de los inmuebles federales y los de propiedad de las entidades, con excepción de aquéllos regulados por leyes especiales; las bases para la regulación de los bienes muebles propiedad de las entidades, y la normatividad para regular la realización de avalúos sobre bienes nacionales. Así mismo, rige los parámetros de las dependencias administradoras de inmuebles: la Secretaría y las Secretarías de Gobernación; Medio Ambiente y Recursos Naturales; Comunicaciones y Transportes; Cultura, y Desarrollo Agrario. Así como las bases para la integración y operación del Sistema de Administración Inmobiliaria Federal y Paraestatal y del Sistema de Información Inmobiliaria Federal y Paraestatal, incluyendo la operación del Registro Público de la Propiedad Federal; las normas para la adquisición, titulación, administración, control, vigilancia y enajenación de los inmuebles federales y los de propiedad de las entidades, con excepción de aquéllos regulados por leyes especiales.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> *Véase:* [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/267\\_010616.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/267_010616.pdf)

### **2.7.3 Ley Federal de Procedimiento Administrativo**

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de agosto de 1994.<sup>27</sup>

Mediante la cual se establece que, esta ley es de orden e interés públicos, y se aplicarán a los actos, procedimientos y resoluciones de la Administración Pública Federal centralizada, sin perjuicio de lo dispuesto en los Tratados Internacionales de los que México sea parte.

El presente ordenamiento, también se aplicará a los organismos descentralizados de la administración pública federal paraestatal, respecto a sus actos de autoridad, a los servicios que el estado preste de manera exclusiva, y a los contratos que los particulares sólo puedan celebrar con el mismo; y contempla la aplicación supletoriamente a las diversas leyes administrativas. El Código Federal de Procedimientos Civiles se aplicará, a su vez, supletoriamente a esta Ley, en lo conducente.

### **2.7.4 Código Civil Federal**

Nuevo Código publicado en el Diario Oficial de la Federación en cuatro partes los días 26 de mayo, 14 de julio, 3 y 31 de agosto de 1928.<sup>28</sup>

Mediante la que, se expide el código que regirá en toda la República en asuntos del orden federal. Las controversias judiciales del orden civil deberán resolverse conforme a la letra de la ley o a su interpretación jurídica. A falta de ley se resolverán conforme a los principios generales de Derecho.

---

<sup>27</sup> *Véase:* <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpa.htm>

<sup>28</sup> *Véase:* <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ccf.htm>

Rige a las personas física y a las morales particularmente La Nación, los Estados y los Municipios; las personas morales obran y se obligan por medio de los órganos que las representan sea por disposición de la ley o conforme a las disposiciones relativas de sus escrituras constitutivas y de sus estatutos.

Así mismo, norma las obligaciones, contratos, derechos y obligaciones contractuales, así como, la liquidación de obligaciones entre otras, lo que fundamentalmente se traduce como la norma por excelencia para regir el actuar de la naciones y el estado como ente que se obliga frente a otras personas y de ello que sea la ley supletoria por excelencia, de las demás normas específicas, ya que, contiene las bases generales, e incluso la aplicación de las normas generales de derecho al resolver un asunto litigioso.

## **2.7.5 Código Federal de Procedimientos Civiles**

Código publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 1943.<sup>29</sup>

Este código adjetivo del Código Civil Federal, establece la forma en que deberán dirimirse las controversias litigiosas dentro de un procedimiento de carácter civil, tomando en consideración la materia, las personas, los efectos que surtirán en sus esferas jurídicas, las bases, y formalidades del litigio.

Así mismo, señala los términos en que deben dictarse las resoluciones de los jueces, la forma del cumplimiento de estas determinaciones judiciales y los medios de impugnación contra dichas resoluciones.

---

<sup>29</sup> Véase <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cfpc.htm>

## CAPÍTULO III

# LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS INDIVIDUOS

### 3.1 Adquisición de conocimiento a través de la comunicación

“La información puede ser estática, es decir que no tiene movimiento o cambios, como pueden ser el terreno, los archivos muertos o datos biográficos (...) sin embargo el flujo de las comunicaciones (telefónicas, telegráficas, o de radiotransmisiones) es un componente de la información dinámica”.<sup>30</sup>

El conocimiento no podría ser adquirido careciendo del proceso de la comunicación pues no tendría sentido tenerlo sin compartirlo o darlo a conocer, resulta complejo intentar entenderse con otro par, sin que de por medio, tengan un código de lenguaje, mensajes, símbolos y significado en común, de hecho, la comunicación sería imposible de ahí la importancia del lenguaje. La mayor función de la comunicación radica que se pueden establecer conceptos y parámetros comunes de entendimiento.

Existen múltiples teorías acerca de la adquisición del lenguaje desde las que señalan la imitación de las voces de los animales, en “ding - dong” que establecía una reacción interna a estímulos externos, o la más adoptada que dice que el “esperanto” denominada como una lengua mundial, sin duda estamos lejos de descubrir el origen de la lengua sin embargo sin esta sería imposible adquirir el conocimiento.

---

<sup>30</sup> **MARISCAL, Mauricio,** *Manual de proceso de la información,* Editorial Instituto de Administración Pública del Estado de México, México, Año 2008, Pág. 43.

“El lenguaje humano es el medio de comunicación más importante del hombre. Las diferencias sustanciales que existen entre el lenguaje humano y el de los animales se pueden reducir prácticamente a dos: el primero, el del hombre es figurado, además de progresivo (o abierto); por lo que se puede referir al pasado o al futuro y no limitarse al presente, como es típico en los animales; por otra parte, en vez de construir un sistema cerrado (un conjunto de sonidos fijos aptos para indicar determinados hechos o necesidades), articuladas, a su vez, en oraciones o frases”<sup>31</sup>.

“En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como una conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, un conjunto sistemático de símbolos”.<sup>32</sup>

Estos códigos, pueden ser desde conceptos, símbolos, lenguaje, formas, ademanes, o cualquier expresión con identidad de significado frente a otro individuo.

## 3.2 Método Doman

**“Glenn Doman nació en 1919. Falleció en 2013. Glenn Doman** (26 de agosto de 1919- 18 de mayo de 2013). Se graduó en 1940 en la universidad de Pensilvania. Comenzó a dedicarse al tratamiento de los niños con lesiones cerebrales con el neurólogo Temple Fay. Utilizaba sus métodos, basadas en movimientos progresivos, muy eficaces tanto en áreas motrices como en áreas más intelectuales. Se centraban en el trabajo con los reflejos, fundamentalmente con niños con parálisis cerebral. Al observar los progresos que se conseguían en estos niños, Doman decide trasladar sus conocimientos al resto de los niños, de manera que se potenciara su capacidad de aprendizaje. Elabora su teoría acerca del desarrollo cerebral, un Perfil del Desarrollo Neurológico y sistematiza una labor educativa, estructurada mediante programas secuenciados, con métodos precisos y eficaces.

Funda a finales de los años 50 los Institutos para el Desarrollo del Potencial Humano (o IAHP por sus siglas en inglés), en Filadelfia (EEUU), iniciando lo que Doman y sus discípulos han llamado, una «Revolución pacífica».

---

<sup>31</sup> **PONTI**, Valery. *Historia de las comunicaciones*. Editorial Salvat Editores México, México, Año 1965. Pág. 9.

<sup>32</sup> **BERLO**, David K., *El proceso de la comunicación Introducción a la teoría y la práctica*. Editorial Ateneo, México, Año 1992. Pág. 24.

En 1964 publica su gran éxito de ventas *Cómo enseñar a leer a su bebé* (How to teach your baby to read), que junto con su libro *Cómo multiplicar la inteligencia de su bebé* (How to multiply your baby's intelligence, 1984), se convirtió en la base de su programa de aprendizaje para padres e hijos. Hoy está considerado como la mayor autoridad en la materia.

En 1974, Glenn Doman publicó el libro *Qué hacer por su hijo con lesión cerebral* (What to do about your brain-injured child) que describe las ideas y las técnicas utilizadas por el IAHP.<sup>33</sup>

En los últimos cincuenta años, tras que el Doctor Glenn Doman creó el método que lleva su nombre, en la que se establecen los bits de inteligencia siendo ésta la máxima cantidad de información que puede ser procesada a la vez en un segundo, este método se aplica de forma natural en la mayoría de los centros educativos, por lo que nuestros cerebros están adaptados desde la infancia a aprender a través de forma, color e imagen a través de láminas.

Sin duda, haciendo referencia a este método, su función primordial es potencializar la capacidad de aprendizaje mediante la repetición a través de programa de lectura, musical, matemáticas, escritura, excelencia física segundo idioma como lengua extranjera y de inteligencia.

“En el ámbito pedagógico, entendemos BIT como **cualquier dato simple que pueda almacenar el cerebro y que llegue a través de los sentidos**. Los bits de inteligencia son unidades de información que son presentadas a los niños de una forma breve, con lo que se consigue captar la atención de los niños. Los bits son estímulos. El material gráfico es un estímulo visual, pero en la práctica, va acompañado de un estímulo auditivo, que consiste en enunciar en voz alta lo que representa.

Un bit de inteligencia es un bit de información. Su realización concreta se encuentra en la utilización de una ilustración o dibujo muy preciso o una fotografía de buena calidad”.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Véase: <http://www.compartelibros.com/autor/glenn-doman/1>

<sup>34</sup> Véase <http://www.disanedu.com/index.php/metodo-glenn-doman/bits-de-inteligencia>

Siendo un símil de este método, lo que percibimos en las cintas cinematográficas, que se exhiben en los cines, lo que, en este análisis pretende apuntar, que los seres humanos hoy día adquieren en un segundo la capacidad de comunicar ideas específicas respecto a un tema sin contexto de forma natural implantándose en el pensamiento y lo que se traduce una clara influencia de la conducta del individuo.

### **3.2.1 Influencia del método Doman en la adquisición del conocimiento**

“La estimulación temprana o atención temprana consiste en proporcionar al bebé y al niño las mejores oportunidades de desarrollo físico, intelectual y social para que sus capacidades y habilidades le permitan ser mejor de lo que hubiera sido sin ese entorno rico en estímulos intelectuales y físicos de calidad. La estimulación temprana incluye un conjunto de actividades que pueden ser aplicadas desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años del niño, franja de edad con mayor plasticidad cerebral. No solamente conviene aplicarla a niños sanos sino también a niños con trastornos reales o potenciales en su desarrollo, para así estimular sus capacidades compensadoras. Las madres y padres que reciben la adecuada información son los que obtienen mejores resultados con sus hijos, aunque también hay diversas guarderías y escuelas de ciclo inicial que realizan actividades de estimulación temprana en sus aulas. Glenn Doman y sus Institutos para el Logro del Potencial humano en Filadelfia, han sido los grandes precursores de la estimulación temprana”.<sup>35</sup>

Este método, sin duda desde su aplicación experimental, y derivado de su éxito en los resultados obtenidos, se implementó dentro del sistema educativo en la mayoría de las escuelas desde los primeros años, de la infancia. La influencia de este método es que los humanos estamos condicionados a este estímulo de aprendizaje, a nivel mundial, en todos los idiomas y es por eso, que somos maleables en dimensiones inimaginables a través de un segundo de información que se transmita por cualquier medio de comunicación, implantándose de forma natural por el condicionamiento en nuestro inconsciente, sin mayor cuestionamiento.

---

<sup>35</sup> Véase: [https://es.wikipedia.org/wiki/Estimulaci%C3%B3n\\_temprana](https://es.wikipedia.org/wiki/Estimulaci%C3%B3n_temprana)

### 3.3 Función social de los medios de comunicación

Ahora bien, desde el inicio del fenómeno que los medios de comunicación masivos se estableció la relación público/medio/sociedad, dentro del cual se cimienta el criterio de identificación y análisis de los grupos sociales que configuran el público masa y las relaciones de influencia de entre los medios y éste y derivado de la influencia del mensaje exhibido por los medios de comunicación que se puede generar un fenómeno de creación de gustos y valores artificiales, ya que se adquieren a través de adoptar el mensaje propuesto sin existir una réplica al mensaje original.

Lazarsfeld y Merton resumen las aportaciones funcionales de los medios de comunicación de masas en los siguientes puntos:

**a) Función otorgadora de status o prestigio.** Los medios confieren relevancia social a quien aparece en ellos, convirtiendo en algo deseable y estratégicamente valioso el ser objeto de la atención y representación de los medios.

**b) Función de refuerzo de las normas sociales.** Los medios contribuyen a reforzar las normas sociales tanto reflejándola como marco de referencia como representando de forma enfatizada sus desviaciones y excepciones.

**c) Función informadora.** Los medios proporcionan datos y detalles de interés general acerca del conjunto del sistema social y de cada uno de sus ámbitos, facilitando con ello la orientación y la toma de decisión de los actores sociales e individuales, así como la generación de identidad y pertenencia a nivel individual y grupal.

**d) Función interpretadora.** Los medios no sólo proporcionan información en el sentido de datos y detalles de acontecimientos sociales relevantes, sino que proporcionan las claves interpretativas para integrar de forma coherente esos datos y acontecimientos.

**e) Función de transmisión cultural.** Los medios representan la forma de vida de la sociedad en la que existen, de modo que sus contenidos transmiten los valores, ideas dominantes, visiones del mundo, objetivos e ideales de esa sociedad, ejerciendo así, de forma indirecta una función a la vez socializadora y formativa complementaria de otras instancias sociales.



**f) Función de entretenimiento.** Los medios de comunicación nacen en la cultura del consumo y del ocio, donde el disfrute pasa a ser un elemento importante de la actividad social.

**g) Función de refuerzo de las actitudes personales.** En la medida en que los públicos seleccionan los medios y sus contenidos de acuerdo con la coherencia de estos respecto de sus actitudes e ideas previas, los medios tienden más a reforzar esas actitudes e ideas que a cambiarlos.

**h) Disfunción narcotizante.** Donde advierten Lazarsfeld y Merton que la utilización indiscriminada de los medios conlleva al detrimento de las interacciones sociales cotidianas y fomentan un ciudadano pasivo, más interesado en ver que en participar, en oír que en decir, en conocer problemas que en resolverlos, etc., disminuyendo su capacidad crítica y su integración social inmediata.<sup>36</sup>

Desde este punto de vista, la propuesta de Lazarsfeld y Merton, quienes recogen en el funcionalismo la preocupación de las teorías críticas procedentes de la tradición europea, la reflexión sobre las formas e intensidades en que los medios ‘narcotizan’ a sus públicos, ha constituido un referente esencial del análisis de los medios de masas.

De tal forma, que el grupo social puede adoptar el mensaje emitido con diversas funciones mismas, que lo llevarán a considerar según su sistema de creencias y valores si el objetivo es de otorgar status, reforzar sus normas sociales, informar detalladamente acerca de un tema, entretener a ese conjunto de personas, reforzar las actitudes personales, o bien, lograr una disfunción narcotizante.

En este contexto el autor Mc. Quail sostiene que:

“...en las grandes ciudades los medios de comunicación masiva contribuyen al aislamiento de sus habitantes lo cual es muy cierto y característico de la zona metropolitana”.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> **Op. Cit.** Pág.15.

<sup>37</sup> **MC. QUAIL, Denis.** *Sociología de los medios Masivos de Comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, año 1979, págs. 20 y 21.

Este fenómeno de aislamiento se ha visto generalizado a últimas fechas con la aparición de la internet, misma que se encuentra al alcance de cualquier persona y se han creado incluso dispositivos móviles que permiten al individuo ver, y estar expuesto ante cualquier tipo de información, siendo el mayor de los problemas en los estudios psicológicos y sociológicos, el efecto negativo de estos medios de comunicación en el individuo y por ende en el colectivo que se encuentra vinculado por el tejido social.

En este punto, ya no solo se encuentran vulnerables los niños, sino que en la actualidad incluso los adultos no son ajenos de verse expuestos a un sinnúmero de mensajes que nada tienen de positivos, muy por el contrario las grandes corporaciones se valen de los recursos de estas teorías psicológicas y sociológicas para generar influir en el individuo.

Es menester destacar que el surgimiento de los medios de comunicación masivos, en un principio tuvieron la principal tarea de comunicar información precisa respecto de eventos que afectaban a la colectividad, como lo fueron la primera y segunda guerra mundial, utilizando para ello la radio, la televisión y el cine, medios que jugaron un papel importante, sin embargo ante su creación, a la par y con el fin de las guerras mundiales se cambió el objetivo de muchos de estos medios de comunicación específicamente a la función del entretenimiento, donde se coló la captación de masas que podían ser influenciadas al consumismo de diversos productos y con ello se transformó por completo la función y utilización de estos medios de comunicación.

Dejando con ello tareas más loables como la educación, información que bien resulta un medio eficaz para la prosperidad de la colectividad en general.

Ejemplificando todo eso por ejemplo en cuanto al cine se refiere podemos establecer la importancia de la función social resulta fundamental entendiendo esta como el aspecto de un determinado momento, de un proceso de interacción, este proceso se comprende como la dinámica de conductas recíprocas, por lo tanto, son acciones relacionadas entre dos o más personas.

Por lo cual la función social es el resultado relativamente persistente, de un proceso de interacción en movimiento, que produce como resultado de determinadas relaciones sociales. Una forma de función social es la comunicación.<sup>38</sup>

La comunicación es el acto por el cual se transmite un mensaje, de una persona a otra, de un grupo a otro, podemos transmitir información, sobre un objeto, personas o ideas.<sup>39</sup>

Estos grupos de personas conforman sociedades y en su conjunto establecen sus criterios, necesidades, censura o aprobación de la información transmitida por los medios de comunicación. En lo concerniente al cine al control de la opinión pública de la misma.

La libertad tiene un sentido hasta el límite de control, posibilidad de elegir, entre alternativas controladas de la selección y manipulación.

Para realizar el análisis del control sobre la formación de expresión de la opinión pública, se debe exponer que el sistema de control se adapta a características especiales. Dichas acciones sobre el control de la información son:

A. Control de la Información. Es la selección previa que se realiza sobre una serie de asuntos de interés públicos antes de difundirlos en los medios de comunicación de masas, en el caso del cine debe someterse a los criterios establecidos por cada país, mediante la normatividad vigente en el momento de su registro para la distribución y exhibición a través de las instituciones a cargo de los asuntos de interés públicos, y se versan en dos razones, la salvaguarda de los intereses de la institución, que tiene el objeto de salvaguardar; y la protección al público cuya función es evitar diversas reacciones positivas o negativas a personas que llegue la información que se transmite.

---

<sup>38</sup> **GARCÍA ESCUDERO, José María.** *Vamos a hablar de Cine*, Editorial Salvat, España, año 1971. Pág.58.

<sup>39</sup> **PECARI, Franco.** *Cine forma y método*, Colección Punto y Línea Editorial Gustavo Gili, Barcelona, Año 1978. Pág 24.

B. Manipulación de la Información. Consiste en la deformación o adulterio parcial o total de los hechos de un determinado asunto con objeto de ocultar aspectos que resulten perjudiciales para los intereses del informante o del bien público.

Esto es dirigir a la audiencia con la finalidad de frenar o retractar su acción.

C. Censura de la Información. Se caracteriza por estar ceñida a la ley en nuestro país se ciñe a la Ley de Cinematografía, en lo concerniente, se desprende que dicha ley vigente no contiene la censura de ningún tipo, sin embargo, a contrario sensu, en los artículos contenidos en su Capítulo de sanciones refiere en sus artículos del 52 al 56 así como el artículo 47; sanciona la conducta contraria a lo establecido en la clasificación de las películas sin que se pueda censurar.

**ARTICULO 52.** La facultad de imponer las sanciones establecidas en esta Ley compete a la Secretaría de Educación Pública y a la Secretaría de Gobernación, sin perjuicio de aquellas que corresponda imponer a las demás dependencias de la Administración Pública Federal.

**ARTICULO 53.** Los infractores de los artículos 27, 39 y 40 de la presente Ley, serán sancionados por la Secretaría de Educación Pública, según la gravedad de la falta, la intención o dolo existente, con las sanciones siguientes:

I. Amonestación con apercibimiento, y

II. Multa de quinientos a cinco mil veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal a la fecha en que se cometa la infracción. En caso de reincidencia, se podrá imponer multa hasta por el doble del monto superior marcado en la fracción II.

**ARTICULO 54.** La Secretaría de Gobernación impondrá a los infractores de los artículos 8o., 17, 19, segundo párrafo, 21, 22, 23, 24 y 25 de la presente Ley, atendiendo a los daños que se hubieren producido o puedan producirse; el carácter intencional o no de la acción u omisión constitutiva de la infracción; la gravedad de ésta y la reincidencia, una o más de las siguientes sanciones:

I. Amonestación con apercibimiento;

II. Clausura temporal o definitiva de los espacios o locales;

III. Multa de quinientos a cinco mil veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal a la fecha en que se cometa la infracción.

**IV.** Multa de cinco mil a quince mil veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal a la fecha en que se cometa la infracción, a quienes infrinjan los artículos 8o., 17, 19 segundo párrafo, 22 y 23 de esta Ley, y

**V.** Retiro de las películas que se exhiban públicamente o se comercialicen en cualquier forma o medio, sin la autorización a que se refiere el artículo 24 de esta Ley.

En caso de reincidencia, se podrá imponer multa hasta por el doble del monto superior correspondiente.

**ARTICULO 55.** Para ejecutar una resolución firme que imponga como sanción el retiro de películas, cuando las medidas de aseguramiento dictadas previamente fuesen las previstas en las fracciones I y II del artículo 47 de esta Ley, la autoridad competente deberá observar, en lo que resulte aplicable, el procedimiento establecido para la retención provisional.

**ARTICULO 56.** Las películas retiradas con motivo de la sanción impuesta, serán clasificadas por la autoridad competente y permanecerán en las oficinas que ocupa la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

Los representantes de instituciones de educación pública del país, que acrediten fehacientemente tal carácter ante la Dirección General antes mencionada, podrán solicitar la donación de ejemplares de películas, para ser empleados únicamente con fines educativos.<sup>40</sup>

**ARTICULO 47.** Las medidas de aseguramiento consistirán en:

**I.** Prohibir la exhibición pública de películas en salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces, que no cuenten con la autorización y clasificación a que se refiere el artículo 24 de la presente Ley;

**II.** Prohibir la comercialización de películas, incluidas la venta o renta, que no cuenten con la autorización y clasificación a que se refiere el artículo 24 de la presente Ley, y que se lleve a cabo en establecimientos legalmente constituidos;

**III.** Ordenar la retención provisional de las películas que se ubiquen en los supuestos descritos en las fracciones anteriores.

La autoridad deberá notificar personalmente al interesado la medida de aseguramiento dictada, a través de mandamiento escrito debidamente fundado y motivado, en el que se precise que el aseguramiento subsistirá hasta en tanto el interesado acredite haber cumplido con la obligación consignada en el artículo 24 de la presente Ley, en cuyo caso, dentro de los diez días hábiles siguientes, la autoridad administrativa procederá a realizar las acciones necesarias para que las películas vuelvan al estado en que se encontraban antes de la medida de aseguramiento.

---

<sup>40</sup> Véase: [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103\\_171215.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf)

Haciendo una remembranza, esta ley sufrió modificaciones entre ellas la más importantes aquella que abordaba la censura, ya que en la disposición anterior en su artículo 69 de la Ley de Cinematografía se justificaban tres criterios: protección de la vida pública, protección de la moral pública y protección de la paz pública, mismas que eran acordes a los artículos sexto y séptimo de la Constitución que enumeraba como límite de la libertad de información, el ataque a la vida privada, la moral y la paz pública.

Esto es, antes se abordaba, bajo los lineamientos del funcionamiento de la cesura, actualmente, sin la existencia de censura y al no ceñirse a lo establecido, implica caer en el quebrantamiento que conlleva a una sanción que va desde la amonestación hasta el retiro de la película y su conservación. Ahora bien, atendiendo a esto, debemos remitirnos a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que actualmente se encuentra vigente, ya que de ella se desprende el lineamiento que acota este derecho de censura mismo que se encuentra contenido en su artículo séptimo y se correlaciona con su artículo sexto en su primer párrafo, mismos que a la fecha dictan:

**Artículo 7o.** Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.

**Artículo 6o.** La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Véase: [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_240217.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_240217.pdf)

De lo hasta aquí vertido, se contempla, que la ley máxima no contiene censura previa, y la ley de Cinematografía se reviste de legalidad, no conteniendo la censura que en épocas pasadas se estilaba, sin embargo, la ambigüedad de esta norma conlleva a un mal entendimiento, ya que, si contempla el límite a la llamada libertad de expresión siendo esta el ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público. Ahora bien, de esta exposición se derivan puntos fundamentales sobre los cuales discernir, ya que si bien existe la limitante también es cierto que lo deja en la punibilidad que descansa en la Ley de la Materia junto con su reglamento, mismo que a la vez se correlaciona a la ley de salud pública, y otros ordenamientos dejando por completo al ciudadano indefenso de ser sujeto de ataque psicológico que altere su salud, y patrones morales, y conductuales en el espacio de tiempo de un bit de inteligencia, siendo esto casi imposible de regular ya que si consideramos que en 24 se transmiten 86,400 segundos a una cantidad incuantificable de personas a través de cualquier medio de distribución de cine, tenemos miles de personas sometidas al stress traumático en diversas áreas de su criterio a través del cine, que no se encuentra regulado sino por la capacidad sensorial del distribuidor, y no protege a la ciudadanía de la exposición a actos representados de forma ficta que pueden poner en detrimento los valores orales, si alteran la vida privada y hacen apología de algún delito en cualquiera de sus formas.

Es este ámbito se encuentra que la punibilidad establecida no cumple a cabalidad lo que reza la Carta Magna, ya que no es más que a través del organismo regulador la facultad de sancionar la libertad de la transmisión de las películas por los medios conocidos, y no existe mecanismo alguno que provea de protección previa, de tal forma que, ejemplificando esto, cualquier sujeto menor puede estar expuesto a películas donde matar sea la forma de supervivencia, creando una justificante que, en el raciocinio se establece que eso es normal, y que condiciona al menor a la falsa percepción que eso es la normalidad, sin embargo para cuando todo esto ya ocurrió en un bit de inteligencia, no hay nada que pueda frenar dicho mecanismo, pues para la ley no es apremiante resolverlo sino hasta ya asumida la consecuencia, que será desde una amonestación pasando por una sanción pecuniaria o la restricción de la exhibición de esta película.

Esto se traduce en que, el daño debe haberse cometido antes de prevenir causar daño en la psique, lo que en definitiva se violenta el libre desarrollo psico-sexual y emocional de cualquier individuo. Para este punto Andrew Tudor establece que:

“...la instrumentación del cine en la función social existente para adaptar, para convencer, evadir, tranquilizar o divertir al hombre en la calle, no estriba solamente en el uso del mismo idioma, la aplicación conceptuadas equivalentes, en fin, los valores comúnmente aceptados, sino además el medio técnico –material técnico- que lo hace posible”.<sup>42</sup>

El cine como cualquier medio de comunicación no representa en sí mismo un fenómeno social positivo o negativo; su función social se le otorga a este según el uso:

“El cine en este medio es un medio de comunicación particular que transmite una parte de la realidad desde su perspectiva propia”.<sup>43</sup>

Este medio de comunicación es el homologador de criterios universales, sin embargo, lejos de ensalzar valores como estos de forma propositiva que bien pudo ser instructor e incluyente, se ha desviado en formas que están lejos de abordar un detonante propositivo y se encuentra cada vez más alejado de la educación formal de las masas.

“El cine no solamente ha puesto en contacto al hombre con la naturaleza, los paisajes exóticos y el documental de naturaleza, sino que además ha sido, y sigue siendo en ocasiones, militante activo en la lucha por la defensa del medio ambiente.

Desde que, en 1922, en *Nanuk el esquimal*, Robert Flaherty, expuso la difícil relación entre el hombre y su entorno natural, abriendo así el campo de la cinematografía al cine etnográfico, el mundo se llenó de películas defensoras de costumbres exóticas y más tarde entró en el mundo de la defensa de los pueblos, de los valores culturales y de la defensa del mundo.

---

<sup>42</sup> **TUDOR, Andrew.** *Cine y comunicación social*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, año 1975, pág. 38.

<sup>43</sup> **MATRLART, Armand.** *Agresión desde el espacio*, Editorial Siglo XXI, Chile, Año 1973, Pág. 38.



En el cine español de los últimos años, algunos directores se han aproximado al tema: "Tasio"(1984), de Montxo Armendáriz, "Lo más natural" (1990), de Josefina Molina, "La nave de los locos" (1996), de Ricardo Wullicher, "Las ratas", de Antonio Jiménez-Rico, basada en la novela del mismo nombre de Miguel Delibes, obra que explora en la relación entre los animales y los humanos y "La lengua de las mariposas" (1999), de José Luis Cuerda cuyo guión lo realizó Manuel Rivas, experto en medio ambiente.

Las películas de Tarzán o King Kong, ya basaban sus relatos en la intromisión del hombre blanco en las selvas vírgenes. Las novelas de Burroughs o de Kipling, dieron lugar a decenas de películas. Desde "El libro de la selva" (The jungle Book,1942), producida por Korda, sobre el niño salvaje al que cuidaron los lobos en la selva hasta "Gorilas en la niebla" (1988), de Michael Apted, basada en la historia real de una investigadora que se decide a estudiar los gorilas africanos acercándose a su entorno.

Robert Redford, dirigió "Un lugar llamado Milagro" (1987), su segunda película como realizador, que desarrolla la lucha por la conservación de la naturaleza basándose en una novela de John Nichols. Posteriormente, a partir de una historia de Nicholas Evans, el mismo director dirigió El hombre que susurraba a los caballos. Otros directores, Jean Jacques Anaud con El oso (1988), o Kevin Costner con Bailando con lobos (Dances with wolves 1990), se suman a la reivindicación por la defensa del medio ambiente, incluyendo el respeto por toda la vida, como aquello que promueven la defensa de la Amazonía, con títulos entre los que destacan "La selva esmeralda" (1985), de John Boorman, y "Los últimos días del Edén" (1992), de John McTiernan. La cinematografía ha sido algo más pródiga con películas que denuncian los desastres ambientales, en películas como "El síndrome de China" (1979), de James Bridges, sobre los efectos del uso de la energía nuclear".<sup>44</sup>

### **3.4 Los medios de comunicación como hecho político**

En este punto es importante señalar la exposición de Jonh W. Mole quien refiere:

"Los titanes de la prensa utilizarán el "derecho a informar" sin temor a contradicción, porque el monopolio para inducir a la gente a creer que sus

---

<sup>44</sup> **MARTINEZ-SALANOVA SÁNCHEZ** Enrique, *El cine, otra ventana al mundo*, Revista Comunica, Año 2002, Págs. 77-83.

actividades, a saber, la compra, la fisión, y la liquidación de sus periódicos, tiene por objeto “el Bien común”.<sup>45</sup>

Los medios de comunicación, son los encargados de transmitir mensajes, pero no sólo de entretenimiento dentro de la historia de su desarrollo se ubican como instrumentos de propaganda fundamentalmente política, esto con las guerras mundiales y de ahí su comercialización sin embargo sigue cumpliendo la función esencial para la que el estado los desarrollo, la Política.

Su influencia, y dado el mecanismo de los bits de inteligencia, las personas están mecánicamente adaptadas para recibir información sin cuestionar mucho implantándose en el inconsciente, y la Política no es la excepción. A través de los medios de comunicación, se vierten infinidad de comentarios al respecto que pueden conducir a un evento político, para legitimarlo o crucificarlo, tal y como sucede con las elecciones.

En la radio su surgimiento en México se inició con la trasmisión de música, hasta la creación de la Empresa de Emilio Azcárraga quien fomento el respeto a la mujer a través de canciones como “la gloria eres tú” y el comienzo del fomento a la educación, así mismo para los años 30´ el Partido Nacional Revolucionario adquiere la XEFO donde comienza a ejercer influencia a través de propaganda política.

“Los medios de comunicación hacen posible dos dimensiones en la perspectiva del posicionamiento social de los hombres: por un lado, les confieren status, una aureola de preeminencia y respeto; pero por el otro, también desgastan la figura de que la sociedad se forma de ellos; sobre todo cuando tiene que dar la cara al público.

Es incuestionable que a lo largo de todos estos años la figura de Jacobo Zablodovsky tiene, en la historia de la radio y la televisión de habla hispana”.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> **MOLE, John W.** *La revolución de las comunicaciones*, Colección de los Tiempos No.1, México, Año 1971, Pág. 42.

<sup>46</sup> **FIGUEROA, Romero.** *¡Qué onda con la radio!*, Editorial Longman de México Editores, S.A. de C-V. Alhambra Mexicana, México, Año 1997. Pág. 48.

“En esta nueva prensa de consumo el público no razona acerca de su propia realidad, sino que compran lo que los propios periodistas construyen. Un ejemplo, capaz el más significativo, puede adjudicarse a la modalidad de la video política en donde la repetición forma parte de una estrategia discursiva que forma el relato audiovisual. En este producto neoliberal el político se oferta como un ser carismático cuya única función es agradar al público para obtener votos, bajo este proceder es donde los políticos incorporan a su plataforma a los llamados asesores de prensa para la asistencia al marketing mediático. Por su parte los medios se encargan de ser un factor de despolitización cuya única meta es banalizar situaciones políticas. En efecto, la video política diseña y ayuda a construir la imagen política, aislando a los receptores de ejercer una acción crítica”.<sup>47</sup>

Ejemplificando esto, dentro de la industria fílmica se puede exponer que en México, la capacidad productora ha sido escasa, y la generalidad de lo que se consume en las salas de cine son producciones extranjeras que han hecho cada vez, más distante y ajena la realidad social en nuestro país, de tal forma que se ha expuesto a los ciudadanos a una influencia incluso retrograda, contraria a las conversaciones de la cultura nacional y al desarrollo propio que se vive en nuestra nación.

La explotación de un mercado latinoamericano, en el ámbito fílmico ha traído miles de cintas importadas y de baja calidad en su mayoría, en contra posición se encuentran escasas producciones de calidad fílmica con contenido cultural y propositivo.

En México, son innumerables los señalamientos en diversos medios de comunicación que esta industria carece de elementos técnicos y recursos para desarrollar más producciones, es escaso el apoyo aún con las políticas de desarrollo implementadas, y ante estas cualidades es casi nula la competencia a equiparándola con otra nación que en nada complementan o nutren la cultura y orientación desde un punto interno como nación.

---

<sup>47</sup> Véase: <http://sociologos.com/2014/05/15/los-medios-de-comunicacion-nos-presentan-una-realidad-social-cuales-son-los-criterios-para-formar-esa-realidad/>

Humberto Bárbaro señala que:

“...agrava esta situación el poderío de las producciones extranjeras, sobre todo su amplia oferta y bajo costo, todo lo cual conspira contra el desarrollo de un cine automáticamente latino americano, que responda a sus realidades y exigencias y a las expectativas de sus mayorías para un cambio social verdadero”.<sup>48</sup>

En las últimas décadas se ha estudiado que el cine puede ser un elemento útil y económico en la política de desarrollo o como un hecho político.

En la mayoría de los países las producciones de filmes se conducen por el camino contrario a la educación, información y crecimiento social o personal, se encuentran desfigurando a las personas y las ideas, fomentando imágenes violentas, corruptas, con un origen en el odio y oscuridad.

En este punto el interés mercantil explota aristas poco adecuadas sembrando semillas en la psique de los individuos que se traducen en violencia, premeditación, alevosía y ventaja sobre sus congéneres, culminando en la aceptación de conductas totalmente contrarias a derecho y a la moralidad.

El cine producido en este sector nace de experiencias y movimientos políticos que perfilan en carácter militante de las masas, rompiendo con el cine comercial en una misma región y creando sus propias formas de producción, distribución y exhibición sujeta a las tendencias normativas que ejercen sus fuerzas para permear la colocación de ideas en la población.

---

<sup>48</sup> **HUMBERTO**, Barbaro. *El cine y el desquite marxista*, Colección punto y línea, Editorial Gustavo Gilli, México, Año 1977. Pág 54.

De tal forma que el cine convertido en el medio de comunicación por excelencia en la sociedad de masas, crea su propio código de valores, aunque no tan independiente de la sociedad que los produce de las clases sociales y los intereses de estos. <sup>49</sup>

En este sentido Luis Estrada productor de cintas como “La ley de Herodes”, “El Infierno” y “La dictadura Perfecta” en entrevista con José David Cano para la revista Forbes al ser cuestionado respecto de la postura estética o de la postura política que enfrenta en la creación de sus filmes indica que:

“Desde la dos. En mi caso, y yo creo que en cualquier otro, son indisolubles. Yo soy de los que sostiene que todo cine es político, que todo cine, se quiera o no, es ideológico. Conste: no soy el que formula esa tesis. Está dicha, y yo la retomo. Así que tu forma de ver la realidad, plasmarla, de tomar decisiones sobre qué contar y cómo contarlo (esto es: forma y fondo), lleva implícita una visión de tu entorno, de tu realidad, de cómo te gustaría que nos vieran o de cómo te gustaría vernos”. <sup>50</sup>

Durante esta entrevista, al abordar las incomodidades que refleja su trabajo respecto de la impresión satírica del gobierno y política señaló que causo incomodidades ya que en los últimos cuatro sexenios (24 años) ha sido acusado de generar una mala impresión de México frente a las demás naciones.

Analizando que, de entrada la audiencia lo percibe como una realidad refleja, sin atender que la obra por poner un ejemplo con este cineasta refiere que su trabajo es sátira política más no un retrato exacto de la realidad que se vive día a día en el país, y que sin duda ha sido un elemento para que se asuma como tal y cambie la actitud de los individuos para generar a partir de ellos una realidad diaria.

---

<sup>49</sup> **COHEN, Seat G.** *La influencia del cine y la televisión*, Breviarios, Editorial Fondo de Cultura Económica, Año 1977. Pág. 107.

<sup>50</sup> *Véase:* <http://www.forbes.com.mx/luis-estrada-cineasta-incomodo-provocador-y-privilegiado/#gs.IWWZPZs>

Por lo que se concluye que, en definitiva el cine si es un generador de percepciones en las masas que puede desviar la intensión de los individuos afectado de hecho la convivencia y la estructura socio económico de una nación.

“El lenguaje de la imagen también cambia. En el arte lo podemos ver con claridad. No tienen por qué ser más perfectas las últimas obras del siglo XXI que las primeras; simplemente son diferentes, porque las ideas, las ideologías, los estilos y las modas cuentan en el arte. El arte griego, renacido varias veces en nuestra civilización, era la perfección muchos siglos antes de un arte románico que parece realizado por niños. No es lo mismo la ornamentación que la idealización de la divinidad para el culto, la simple ostentación de belleza que la iconografía catequética medieval o que la búsqueda de nuevos caminos en los siglos XIX y XX. El arte es elemento comunicativo y la comunicación es el fundamento de la cultura de la especie humana. Hay que contar siempre con la evolución de las sociedades y sus formas de expresión, que corresponden a cambios ideológicos y filosóficos, a movimientos políticos, a modas, a desastres naturales, a guerras o al paso del tiempo”.<sup>51</sup>

En este sentido hablar de la obra fílmica es basta y extensa en todos los sentidos, pese de que fue un arte que surgió a escasos 120 años, distendiéndose por todo el planeta, y su auge fue fuertemente detonado gracias a la tecnología y sus avances, no es posible hablar de cine, sin correlacionarlo con la tecnología, y el lenguaje.

En este punto, es menester destacar que a partir de su surgimiento en 1895 con el cine mundo se han experimentado cambios brutales y a pasos agigantados, apenas perceptibles para la población a nivel mundial pues antes de que siquiera se puedan detener a pensar en su surgimiento y desarrollo ya ha impactado en cualquier medio de distribución el punto total para el que fue creado, exhibirse ante los espectadores.

En este sentido Georges Sadoul externa que:

---

<sup>51</sup> **MARTINEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique.** *El lenguaje vivo de los medios de comunicación, Un paso más para la lectura crítica*, Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación». Huelva España, Año 2001. n. 17. Págs. 49-55.

“...pudo nacer un arte ante nuestros ojos porque no surgió en una tierra virgen y sin cultivo: se asimilo rápidamente elementos que tomo de todo el saber humano, Lo que constituye la grandeza del cine es que, en una suma, una síntesis también de muchas otras artes”.<sup>52</sup>

Sin duda no podemos soslayar que el origen no se atribuye a nuestra nación, la adopción de la producción fílmica tras muchos años si, sin embargo actualmente la distribución y exhibición de filmes internacionales es un mercado efervescente en México, pues desde la creación de esta arte se disemino por todo el planeta sin que exista actualmente un lugar donde se carezca de una exhibición cinematográfica; El cine es también una industria y muchas otras cosas, señala Luis Delluc, citado por George Sadoul.

Asimismo, manifiesta que estudiar al cine está condicionado por la industria, la economía, la sociedad, la técnica y en este estudio evidentemente afectado por el derecho pues como creación humana también debe ser regulada y normada por las reglas del Estado.

Para este autor el cine se divide en tres grandes épocas “El arte mudo (1895-1930), “Los comienzos del cine hablado” (1930-1945), “la época contemporánea” (1945-1962).

En un inicio, fue gracias a Tomas Alba Edison, la creación de lo que hoy conocemos como cine, y aunque otro contribuyeron a esto fue Edison quien creo la película moderna, siendo posible tras la primera distribución de electricidad en gran escala.

Para 1885 se multiplicaron las representaciones de cine, en Estados Unidos ya se comercializaban los primeros quinetoscopios; así también en ese año comenzaban las presentaciones públicas en Alemania.

---

<sup>52</sup> SANDOUL, George. *Historia del Cine Mundial desde los orígenes*, Editorial Siglo XXI, México, Año 2004. Pág. 1.

Fue hasta la aparición de Louis Lumière en Francia utilizando el formato de Edison en 35 mm que se fabricó el cinematógrafo esparciéndose por todo el mundo.

Tras los primeros filmes que alcanzaron una duración de doce minutos, y el pronto descenso de la innovación y lo que mostraban los filmes mudos, Georges Méliès enfrentó la realidad que el cine debía contar una historia por lo que utilizó los recursos del teatro.

Un punto interesante de abordar es, que de la cinta La pasión de Cristo realizada por Georges Méliès, sufrió en manos de Siegmund Lubin de Filadelfia plagio y contratipo, proyectando una versión alterada del film original proyectándose en un patio.

Ante la guerra de las patentes, respecto del invento en el Continente americano muchos acudieron a Inglaterra donde se continuó con la producción de films, para la década de 1910 ya el cine reflejaba escenas de la vida real y para 1914 en Francia ya se comenzaba con filmes dramáticos.

En este año también los daneses dieron a conocer los vampiros, y ya se abordaban temas mortíferos, espiritistas, amistad mística, que serían predecesores del Hollywood. Por otra parte, en Francia comenzaban las novelas policíacas complicadas y fantásticas, sumándose Suecia a esta tendencia.

Italia, durante el mismo periodo se avocó a temas de militares, glorias de la antigüedad recurriendo a Homero, Dante, la Biblia, en sí toda la historia vivida en esa latitud, más adelante las vedettes italianas.

Durante el mismo periodo en Estados Unidos se produjo desde la animación muda hasta la creación del western, continuando con los serials e historias bíblicas, o míticas, hasta llegar a abordar el Ku Klux Klan, llegando incluso al nacimiento de la censura ante los ojos de Francia, con el film "nacimiento de una nación" por su crudo contenido; tras todo esto el surgimiento de Chaplin.



Con la llegada de la Guerra, para 1920 y hasta la caída de Hitler se envió cineastas alemanes a América, en Hollywood donde se mezclan culturas y estándares, iniciando con la puesta en filmes de propaganda política gracias a Metro Goldwin y Paramount, asimismo con la migración de personas de diferentes nacionalidades se comenzó la mezcla de soviéticos con alemanes, o norteamericanos, quienes participaban desde la producción, así como, en la actuación.

Para 1945, tras el término de la segunda guerra mundial, la industria fílmica acrecentó su campo, pues no solo las grandes naciones producían filmes, sino que, se unieron naciones como la extinta Yugoslavia, Hungría, Nueva Zelanda, China, India, Hong Kong, Paquistán, Afganistán Irán, entre muchos otros, como Egipto y África, y no es que no existieran, desde luego que ya se contaban con salas, que proyectaban películas y cinematógrafos sino que a partir del término de la guerra, se detono la industria movida por el reflejar la sociedad, la realidad, la teatralidad, lo místico o fantástico, llegando toda esta información a todo el mundo pues ya se contaban con diversos canales de intercambio comercial aunado a que en esta época en Estados Unidos ya se formalizo el doblaje haciendo que fueran más fácil de entender y acceder a las producciones fílmicas internacionales.

Desde luego, que los avances tecnológicos no se hicieron esperar dando auge y fuerza para que la industria fílmica se dispersara a lo largo y ancho del planeta, no es un misterio que por lo menos en los últimos treinta años de los que tenemos plena conciencia, se han visto innumerables avances de los que hemos sido testigos, con el crecimiento tecnológico el surgimiento de la comercialización a las masas de la computadora, teléfonos personales, señales satelitales y lo más reciente como lo es la www (world wide web); la distribución del cine se aprecia desde un teléfono, una computadora televisión de paga, en formatos que el espectador puede elegir. Sin ser regulado o frenado gracias a la internet. Donde cualquier persona tiene acceso sin tener que pasar por ninguna regulación pese de la existencia de normas o criterios para la exhibición de los filmes.

La imagen y el sonido son productos culturales, que abarcan tanto la fotografía, como el cine, el vídeo, la televisión y todos los productos multimedia, Internet, la radio, los sistemas reproductores de música y que recomunican a la vertiginosidad de la era de la información por las redes, sirviendo de instrumento de comunicación intercultural y provocando la formación y transformación de identidades colectivas. La nueva revolución tecnológica, facilita que el mundo esté cada vez más intercomunicado, y como situación de facto, que se convierta en un mundo cada vez más intercultural. Sin embargo, esta facilidad se ha convertido en monopolio de los señores de la comunicación, predominando muy pocas culturas, por no decir una sola. La cultura dominante posee todos los medios para difundirse e imponer su voz.

Hoy se dan productos culturales que nacen desde los países más pobres, las culturas no conocidas en occidente se hacen más visibles en el panorama icónico internacional, con cinematografías como la hindú, la iraní, la china, o las de algunos países latinoamericanos, abriendo al mundo las ventanas problemáticas de nuevas –más bien desconocidas- culturas y las maneras de hacer cine independiente de los negocios cinematográficos. Estos films exponen visiones diferentes y presentan a occidente una gran diversidad de culturas, etnias, ideas, filosofías, comportamientos y religiones.<sup>53</sup>

Para concluir al respecto el cineasta mexicano Alfonso Cuarón indica:

“...el cineasta que es honesto con lo que plasma en la pantalla, puede tocar partes profundas y oscuras en el espectador”.

Así que, por supuesto que los creadores saben la gran responsabilidad de plasmar las ideas, y la influencia de estas frente a los receptores.

---

<sup>53</sup> **MÁRTINEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique.** *Cine e inmigración: otra ventana abierta para el debate*, La inmigración sale a la calle: comunicación y discursos políticos sobre el fenómeno migratorio/coord. por Francisco Checa y Olmos, Huelva España, Año 2008, Págs.231-252.

### 3.5 Comunicación masiva

Wilbur Schramm sostiene que, la comunicación de masas, así como, la interpersonal puede ser por medio de la palabra hablada, la seña, el gesto, la imagen, la exhibición, la impresión, la radiodifusión, la filmación, es decir, es todo aquel signo y símbolos de los que se sirve el ser humano para difundir sus ideas con sus semejantes.

La comunicación masiva es un tema que aborda muchas vértices, ya que, se ha establecido la importancia del intercambio de mensajes a través del transmisor y el receptor, debe manifestarse en este contexto que al hablar de este tema resulta fundamental denotar que este proceso surge entre un transmisor y múltiples receptores al unísono, lo que genera una incuantificable cantidad de mensajes recibidos en el propio contexto dentro del que se desarrolla cada individuo dentro de su grupo social, lo que, conlleva a múltiples repercusiones de resultados diversos. La característica que diferencia este tipo de comunicación de la individual es la desproporción entre transmisor y receptores de un mensaje idéntico, como lo son los mensajes impresos en un periódico en los que, se recibe el mensaje, pero de forma masiva, y la comunicación de retorno o retroalimentación es difícil de obtener por lo que se acude a las encuestas para conocer una mínima parte de las respuestas que provoca el mensaje emitido originalmente.

Las comunicaciones masivas son públicas, es decir que su contenido está abierto a todos lo cual implica la existencia de normas y valores comunes al público.<sup>54</sup>

El auditorio de la comunicación en masa está formado por personas en constante relación, por lo que es obvio que esto influye en la opinión del público acerca de cualquier mensaje recibido, por lo que es importante aclarar que el público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo, por sus características de ser tan numerosos.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> *Op.Cit.* Pág.15.

<sup>55</sup> *Ibidem.* Pág. 23.

Estas cualidades preconcebidas, son parte de los individuos y se encuentran integradas consigo cuando actúa como parte de quórum dentro del auditorio de algún medio masivo de comunicación, las actitudes del público receptor tienen sus raíces muy profundas es posible que la sola exhibición de una película, algún anuncio, una programa de radio o de televisión no cambien su sistema de creencias y valores ya que, se encuentran activas antes y durante la exposición del mensaje a la comunidad.

“El público de los medios de comunicación masiva es una colectividad característica de la sociedad moderna, es un conglomerado de individuos a los que une un interés común”.<sup>56</sup>

Así que, los miembros del auditorio no enfrentan el mensaje emitido por el medio de comunicación ya que se encuentran en un estado de indefensión psicológica, y pocas personas se encuentran preparadas para soportar el embate de los mensajes, los cuales pueden ser contrarios a su moral y valores e incluso existe la posibilidad de cambiar su tendencia, si este sistema de creencias y valores preconcebidos no es lo suficientemente fuerte.

### **3.6 Los medios de comunicación como reflejo de la realidad existente**

Los medios de comunicación no están aislados del contexto real existente, sino que, adoptan éste para poder llegar al punto de empatía de los receptores para dar a conocer una idea, o implantar un concepto, y hasta modificar una conducta generalizada dentro de la sociedad.

“Se habla de los efectos de los medios de comunicación de masas sobre la producción y el consumo cultural de los distintos grupos sociales, es decir, los medios de comunicación moldean a la sociedad. Se piensa que el acontecer cultural de estos está bajo la bandera de la cultura masiva.

---

<sup>56</sup> *Íbidem.* Pág. 24

Se cree que las percepciones pueden ser moldeadas y manipuladas por los medios. Así que las imágenes que difunden estos están signadas por los intereses del poder, de las instituciones; entonces pueden ser abiertamente racistas o segregacionistas; es común ver en nuestros medios vídeos, películas, etc. donde quienes desempeñan papeles de narcotraficantes son colombianos, donde quienes desempeñan oficios de la casa, en hogares del país del norte, son latinos, donde los negros normalmente son quienes consumen droga; poco se alienta a mostrar la realidad política, social, cultural del mundo en cuestión; más bien lo que se da son configuraciones diferentes, acaso completamente distintas. Uno concluye: los medios de comunicación están mejor preparados para los esquemas, para la caricatura y el sensacionalismo, que para la comprensión de los procesos de la cultura”.<sup>57</sup>

En este punto es importante manifestar que, la voracidad por obtener ingresos a las arcas de los medios de comunicación, se superpone sobre cualquier concepto ético o de valores, lo que lleva a las audiencias de un extremo a otro, sin que exista un punto intermedio, y es donde se conforma la mediación entre estos puntos, siendo más propositivos, que los extremos.

La competencia conlleva a la perspectiva de quien genera una idea y transmitiera se en muchas ocasiones influyendo en el espectador para “alcanzar” un objetivo ideal de que deber o se requiere de él, sin conceptualizar a ciencia cierta su contexto real, dentro de su grupo social, lo que quebranta por completo el estándar de valores, usos, costumbres o creencias dentro de su comunidad.

Por ejemplo, dentro del cine se puede señalar que, en diversos sentidos la cinematografía ha aportado tanto en ámbitos educativos, como en los creativos, la existencia de elementos de la realidad, a través del paso del tiempo y del desarrollo tecnológico se han agregado las innovaciones que día a día se viven de forma cotidiana, sin ningún prejuicio de las forma o condiciones de vida en diferentes esferas sociales, y socio económicas en el planeta.

---

<sup>57</sup> Véase: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/cartagena/53jrg.htm>

Sin duda, a partir de su surgimiento como se ha abordado con antelación, el cine ha otorgado de infinidad de formas, los elementos existentes del vivir cotidiano, se cuentan con filmes que abordan desde un punto educativo, o los más expresivos dramas, incluso aproximándose tanto a la realidad que en diversas ocasiones influyen no solo en la decisión de un individuo frente a su vivir; incluso han sido el referente para definir la trascendencia de temas tan importantes como la diversidad, el feminismo, la evolución de las masas hasta los intereses colectivos.

José Pérez Adán enfatiza hacia 1936; la nueva estabilización de los diferentes regímenes en Europa:

“...el cine se convirtió en el verdadero -efecto llamada- para incentivar el progreso de modernización de la sociedad española”.<sup>58</sup>

Así mismo sostiene:

“...reflejaban y a la par difundían entre toda aquella constelación de capas menesterosas la idea de que, extramuros del sistema, otro mundo era posible. Especialmente este efecto se producía con las películas de importación norteamericanas. En estas, la presencia de cocinas amuebladas con toda clase de lujos, incluido el frididaire, absolutamente desconocido para el 90%, si no más, de la población española, o los “teléfonos blancos” que significaban un detalle de lujo en un ambiente selecto, venían a contrastar con las cocinas de carbón o con infiernillo, la nevera de hielo o, en su caso, la refresquera que constituían el artrezzo de una multitud de cocinas de españoles, cuyas casas, en no pequeña proporción, se remontaban a principios del siglo XX, cuando no hacían blasonar su antigüedad de etapas aún más pretéritas”.<sup>59</sup>

La exposición precisa del autor, nos enmarca como lo dice en su libro en un marco de como veían “los abuelos” el reflejo de la realidad existente en la España tras el término de la II Guerra Mundial.

---

<sup>58</sup> **PÉREZ, Adán José.** *Cine y sociedad, prácticas de ciencias sociales*, Ediciones Universitarias, México, Año 2005. Pág. 25.

<sup>59</sup> *Ídem.*

Los remanentes de la Guerra Civil; no sólo del pasado, o los hechos históricos vividos, sino también la incursión de nuevos escenarios donde se reguarda la esperanza de vivir en una realidad futura cercana o alterna que en definitiva impacta la realidad social frente a su propia rutina normal, tanto en lo concerniente a los objetos como en las relaciones interpersonales que se desarrollan.

Cabe recordar que, no fue exclusivo de España este tipo de cine, o reflejo de la realidad, se destaca que con el fin de las guerras mundiales, vino una ola de modernidad mundial, producto de la intensión de una franca y rápida recuperación de los países involucrados y por ende de aquellos que se influenciaban de ellos al mismo tiempo.

México no fue la excepción, para ejemplificar se tiene una figura icónica de esa época, como lo fue el Director Luis Buñuel Portolés quien, tras emigrar de España a nuestro país, tras dejar Estados Unidos de Norteamérica, quien señala:

“A los 49 años, el realizador aragonés estaba a punto de olvidarse del cine cuando el mismo Dancigers le pidió que se hiciera cargo de la dirección de *El gran calavera* (1949) un vehículo comercial para el lucimiento de Fernando Soler El éxito de esta comedia sin pretensiones -aunque llena de detalles buñuelianos- animó a Dancigers a aceptar el proyecto de *Los olvidados* (1950), un filme más personal y arriesgado que levantó ámpulas entre periodistas e intelectuales mexicanos al mismo tiempo que consagró al cineasta en el panorama internacional”.<sup>60</sup>

La importancia de este último filme es que, en este se enmarca la más cruda realidad del México de esos días, donde los menos afortunados vestían mezclillas rasgadas “chamagosas” incluso llenos de lodo, distantes de una sociedad pudiente ataviadas con finas telas, y lejos de las luces de la ciudad de México, los olvidados reflejan las carencias, no sólo económicas sino educativas, y de medios para la población en difícil acceso; a esa otra realidad que reflejaba la modernidad estadounidense ya existente en ese lapso; y en contraposición diversas cintas fílmicas reflejan el otro México.

---

<sup>60</sup> Véase: <http://cinemexicano.mty.itesm.mx/directores/bunuel.html>.

Ese lleno de abrigos de piel, diamantes y bolsos que lucían las grandes vedettes en las pelucas de rumberas y gansters muy al estilo de Hollywood el que sólo los más adinerados tenían acceso.

De igual forma la cinematografía, no sólo aborda el reflejo real de las condiciones sociales existentes sino que también expone las diversas formas de interacción en el elemento básico de nuestra sociedad: la familia.

Dentro del séptimo arte se han manifestado desde las familias más tradicionales y ortodoxas hasta aquellas que son las “familias de nueva creación” que se conforman por dos mamás, dos papás, resurgidas de diversas separaciones, e incluso de la adopción.

Este fenómeno es fácil de identificar, ya que en nuestra cultura se enumeran diversos tipos o formas de familia, desde la tradicional familia ranchera en alguna película de Jorge Negrete y la actriz Sara García, y con el paso del tiempo aquellas que se ven inmersas en cambios dramáticos, como las protagonizadas por Libertad Lamarque quien, tras una disolución y a cargo de hijos, la mujer hace frente a las vicisitudes en aras de dar lo necesario a sus hijos para convertirlos en hombres de bien, o aquellas otras que reflejan vidas normales que se ven involucradas en eventos políticos tal y como se ejemplifican en tramas como las de “Rojo amanecer”, que narra la forma de como una familia hace frente a un evento político militarizado dentro de un apartamento, y otras más como las más recientes que narran las aventuras de un padre con su pequeña moribunda en “No se aceptan devoluciones”.

“Mucho se ha hablado y escrito de la influencia del cine sobre el público, y de la necesidad de educar a éste, a fin de que llegue a saber juzgar la calidad de la película por encima del poder de captación de sugestión, ésta encierra, pero por mucho que se haya dicho, todavía no es suficiente, por cuanto al problema sigue en pie, así sigue acusándose cada vez más la influencia del cine sobre la sociedad”.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> **DUNAD, Jaques.** *El cine y su público*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona España, año 1962. Págs. 34, 35 y 36.



Ciertamente, la tendencia de la creación fílmica en nuestro País, no se lanza más que a llenar la necesidad de los intereses de las masas, dotando de un parecido con su realidad un guion escueto o satírico, lleno de canciones rancheras, situaciones cómicas, dramas, romances, peleas de cualquier tipo y muy en boga las de narcotráfico, en las que se plasman torturas, homicidios, y redes criminales de cualquier tipo.

Mismas que lejos de afrontar una postura real y acorde pareciera que son el diario vivir de cada ciudadano, siendo ello una falsedad que no se acerca a la realidad existente en la mayoría de la población y más parecen sacadas de la imaginación del productor, que con los elementos que torga el director la sitúan en una falsa realidad inexistente, claro sin que esto sea puesto en consideración del espectador para que no forme parte de su existir.

“El cine es el reflejo de una sociedad, a través de él podemos identificar aspectos que se suscitan y que muchas veces son ajenos a un gran sector, el cine es un medio de comunicación que puede traspasar fronteras para expresar el sentir y situación de una nación entera, por medio de él podemos articular un alarido de protesta, de cansancio, marginación a consecuencia de una situación de políticos abusones, desigualdad, pobreza, que llaman a gritos su erradicación, y el filme, es ese medio capaz de introducirse en las entrañas de una nación y dar fidelidad de los acontecimientos que aquejan a una sociedad”.<sup>62</sup>

En otro método se abordan diferentes criterios como se expone:

“J. M. Caparrós Lera hace una clasificación del cine histórico de ficción en tres apartados:

1) Películas de valor histórico o sociológico, que para él serían “aquellos films que, sin una voluntad directa de “hacer Historia”, poseen un contenido social y, con el tiempo, pueden convertirse en testimonios importantes de la Historia, o para conocer las mentalidades de cierta sociedad en una determinada época”.

---

<sup>62</sup> Véase: <https://signosmutantes.wordpress.com/2013/06/03/tema-4-el-cine-reflejo-de-una-realidad/>

2) Películas de género histórico. Según Lera, aquí “cabe enclavar aquellos títulos que evocan un pasaje de la Historia, o se basan en unos personajes históricos, con el fin de narrar acontecimientos del pasado aunque su enfoque no sea muy riguroso”.

3) Películas de intencionalidad histórica. Serían “aquellos que, con una voluntad directa de “hacer Historia”, evocan un período o hecho histórico, reconstituyéndolo con más o menos rigor, dentro de la visión subjetiva de cada realizador, de sus autores”.<sup>63</sup>

Sin duda ante esta clasificación es fundamental, señalar que, el reflejo de la sociedad frente al cine está influenciado, no sólo de la época en la que versa el guión, sino también de la apreciación subjetiva de los realizadores sin que por esto deba considerarse como una fotografía fiel de la sociedad, ni de sus problemas, ni las relaciones interpersonales que de ella emergen.

### **3.7 Los medios de comunicación como formadores de estereotipos**

La Real Academia de la Lengua española lo define de la siguiente manera: Estereotipo.

Del gr. στερεός *stereós* 'sólido' y τύπος *tipos* 'molde'.

1. m. Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

2. m. Impr. Plancha utilizada en estereotipia.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Véase <http://clio.rediris.es/n32/historiaycine/historiaycine.pdf>

<sup>64</sup> Véase: <http://dle.rae.es/?id=GqSjqfE>

En este sentido, debemos entender por estereotipo que indica el modelo ideal en función del hombre, no necesariamente, estos estereotipos son extraídos de la realidad que se vive, sino que pueden ser influenciados, por el cine, como se ha descrito, a través de la visión del productor, realizador, guionista, escenario, y hasta de las ideas de los realizadores que solo acogen algunos elementos reales de la realidad, lo que se traduce en una creación ficticia, contaminada de fantasía, o visualizada con la imaginación de otra persona ajena a la realidad del espectador, siendo estos un recurso eficaz en el afán de alcanzar éxito.

“La prensa puede no ser exitosa la mayor parte del tiempo para decirle a la gente qué pensar, pero es sorprendentemente exitosa para decirle a sus lectores acerca de qué pensar”.<sup>65</sup>

“Los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo”.<sup>66</sup>

V.gr, dentro de la industria fílmica, debemos comprender que, el cine ejemplifica gráficamente diversas formas de vida, contextos y panoramas, como se ha expuesto, ha resultado ser un medio a través del cual no solo se refleja la realidad, sino que forma o influye de forma activa la creación de estereotipos, como se ejemplificó con antelación uno de ellos y que se permeó por todo el mundo fue el conocido “american life style”.

Enrique Martínez-Salanova Sánchez refiere que:

---

<sup>65</sup> **MIRALLES, Ana María.** *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana.* Editorial Norma. Buenos Aires 2002. Pág. 40.

<sup>66</sup> **Véase:** <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/2006/06/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>

“...los relatos que cuenta el cine han afectado a generaciones de personas mediante argumentos, sus contenidos, sus imágenes y sus ideas”.<sup>67</sup>

Continúa exponiendo que:

“el cine, sin embargo, como otros medios, ha evolucionado su lenguaje al mismo tiempo y ritmo que lo ha hecho la sociedad. También en la creación y ajustes de estereotipos”.<sup>68</sup>

Como sostiene George Sandoul, el cine ha sido un arte que se ha forjado el mismo tiempo que los cambios sociales que vivimos, de tal forma que se puede sostener que el cine ha sido producto de nuestra realidad y también el cine ha producido grandes cambios dentro de los espectadores que han sido influenciados.

En este punto, es difícil, descifrar si el cine es una creación proveniente de la sociedad o la sociedad ha sido un producto de los estereotipos que se exponen en los filmes.

“El cine tiene el poder de recrear sucesos históricos, políticos, sociales, incluso, inventar mundos y realidades alternas. En un país como Argentina, el cine por lo general proyecta las crisis y problemáticas sociales.

Generalmente las personas disfrutan de alguna película una tarde de domingo, o bien, de ir al cine; muchos, apoyan el cine latinoamericano, el europeo, el norteamericano, etc., es decir, apoyan la industria del cine, que es una industria de entretenimiento, pero también es la industria que se encarga de perfilarnos, clasificarnos y encasillarnos como personas, grupo social, cultura, etc. El cine, es el hermoso séptimo arte, un arte que bien hay que saber analizar como una buena pintura, ya sea de Van Gogh, Cézanne, Picasso, etc., porque cada película contiene un trasfondo, cada personaje que construye una producción audiovisual, tiene características que lo definen, las mismas sirven de base para otras películas que van creando un estereotipo.

---

<sup>67</sup> **MARTINEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique.** *Cine: estereotipos, modelos y miradas para una visión positiva y crítica hacia la coeducación*, Revista Comunicar Publicación trimestral de la Federación Andaluza de Centros de Estudios Privados. Huelva, España, Año 1997. Pág.1.

<sup>68</sup> *Ídem.*

Ya sean por cultura, raza, género, incluso por moda (en el caso de James Dean en rebelde sin causa, quién impuso desde entonces la moda del pantalón jean), el cine se encarga de transmitir un mensaje por medio de sus películas, muchas veces mensajes erróneos, que van quedando incrustados en el subconsciente del espectador.

Para hablar de estereotipos, primero hay que saber, ¿qué es un estereotipo?; se lo considera estereotipo, a cualquier imagen proyectada en nuestra cabeza que sea por primera impresión respecto a algo.

Ahora, ¿cuáles son los estereotipos más recurrentes en el cine?

En la gran pantalla, hay gran cantidad de estereotipos, comenzando con el género masculino, que siempre resulta ser un gran líder, fuerte, gran pensador, mientras que con el género femenino sucede lo contrario; siempre se les presenta como débiles y a la merced del hombre.

Aunque, claro, últimamente esto ha cambiado, gracias a la visión de directores como Quentin Tarantino, que se ha encargado de darle un papel protagónico a la mujer, donde ella es su propia heroína, donde la mujer es fuerte, y no necesita a nadie más que a ella.

En cuestiones de cultura, raza, lugar de origen, en la comunidad latina, para el cine realizado en Norteamérica, el latino es significado de: Mexicano, colombiano, normalmente se les da un papel que esté relacionado con el narcotráfico, o la limpieza del hogar, que no sabe manejar el inglés y que vive en pueblos con casas que se encuentran en deplorables condiciones.

La pregunta es, ¿en Latinoamérica sólo existen mexicanos y colombianos?, ¿qué pasa con los argentinos, ecuatorianos, venezolanos, panameños, y por no seguir nombrando gentilicios, con la demás comunidad latinoamericana?; ¿es que en Latinoamérica no hay otra profesión rentable que no sea el narcotráfico o la limpieza de hoteles y casas en Estados Unidos? (sin desprestigiar estas labores, que son honradas). En pleno siglo XXI, al latinoamericano promedio, se lo educa en la escuela con buen manejo de inglés, no toda Latinoamérica significa ser de México, no se vive en la selva, o en pueblos folclóricos, y no todo es descendientes de los aztecas o mayas, hay casas decentes, en barrios bien ubicados, autos, se lucha y trabaja por tener una vida similar a la de americanos, porque así lo transmiten por todos los medios, así lo quiere promover la industria del entretenimiento”.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> **NOGUERA YANES, Sandra Milena.** *El cine: transmisor de estereotipos, creador de prejuicios* (Primer Premio) fue publicado de la página 64 a 65 en Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°69, Argentina, Año 2015. Págs. 64 y 65.

De esta exposición se denota, que el cine forma estereotipos, pese de no ser su intención, ni el objeto para el cual fue creado, los espectadores, son blanco de estas tendencias, creando incluso realidades alternas, y por ende cambios, no solo dentro de la conducta social de un grupo o de la sociedad completa.

Si bien, estos estereotipos han también sido un factor positivo, al mostrar las causas nocivas de grupos de presión contra grupos vulnerables, también se destaca aquellos elementos que carecen de contexto tal, como son algunas obras de las llamadas cine de concepto donde se ven o narran diversos tipos de desórdenes de la conducta como son los psicópatas, homicidas, torturadores, y es en estos donde radica la necesidad de una fuerte cultura de prevención hasta ahora quizá inexistente.

Es muy importante establecer que, si bien es cierto el cine es un arte, y como tal, solo expone la visión de un artista, sumado a que la libertad de expresión es una garantía universal, también lo es, que esta no debe, ni puede, dirigirse sin ninguna restricción ya que en este proceso los estereotipos incentivan a la realización de transformar un personaje en una persona tan real como cualquier sujeto en la sociedad, por lo que es un tema álgido y peligroso por las implicaciones que lleva consigo.

De ahí que, el mayor reto para los artistas es que, este arte se esfuerce por carecer de estereotipos o bien que la autoridad dicte normas preventivas más estrictas para evitar que bajo la falsa creencia de que un filme no es exacto retrato de la sociedad o de las personas, los individuos se transformen en alguien que no es el ideal para convivir de forma sana y congruente dentro de su entorno.

La crítica de la película o cinematográfica, es el análisis que se realiza individualmente o colectivamente respecto de un film, esta puede tener dos principales vertientes, la teoría cinematográfica o la crítica periodística.

En este punto es importante, que el Estado no tiene ningún elemento de análisis profundo al respecto, carece por completo de una institución que analice y realice una clasificación como tal, no hablando de la antes conocida como previa censura, pues por el momento en nuestro país está ya no se ejerce, sin embargo, y aquí el gran problema a enfrentar es que en estado no tiene los canales adecuados para realizar una crítica que conduzca a conocer si realmente se dirigen estas cintas al sector de la población de forma correcta. Retomando los sectores definidos existentes se debe comprender que el cine funciona como cualquier otra industria, y que es derivado de la crítica que el producto – film- es exitoso o no, tiene más cercanía con el marketing o mercadeo y que impacta directamente a la comercialización, dependiendo de los resultados de la crítica. Martín Fernández Cruz sostiene que:

“La crítica es en su nivel primigenio un deseo de escribir desde la pasión (o el odio) que despierta una película, con el objetivo de contagiar el amor propio y salpicar a los lectores para que salgan corriendo a ver la obra criticada”.<sup>70</sup>

En México como en otras latitudes, la crítica se enfocó a un sector privilegiado ya que no todos tenían el poder adquisitivo para acceder a la cultura, como siempre fue en otras épocas, así que la crítica se limitaba a quien podía acudir a un espectáculo como éste. Cesar Amador reseña:

“... la primera columna especializada en cine fue “Por las Pantallas”, firmada por Rafael Pérez Taylor, en el Diario El universo, en 1916 (Aurelio de los Reyes, en Albores del cine Mexicano). Otra columna exitosa de entonces fue Escenarios y Pantalla, del nicaragüense Francisco Zamora, quien escribía sobre teatro y cine”.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Véase: <http://ccmatienzo.com.ar/wp/critica-de-cine/>

<sup>71</sup> Véase: <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/7726-la-critica-y-la-resena-cinematografica-en-mexico.html>

Esto durante sus inicios, el mayor precursor de la crítica cinematográfica fue sin duda, los periódicos, entre ellos El Universal Ilustrado, Revistas de Revistas (de Excélsior), Rotográfico, Zigzag y el Heraldo de México.

La “crítica moderna”, por llamarla de algún modo, surge de Pina y Custodio, quienes profundizaban no sólo en la cinta reseñada, sino también en la obra del realizador. De hecho, funda en los 60’s la revista Nuevo Cine, la cual contará entre sus páginas a un gran número de los intelectuales que conforman actualmente las dos principales corrientes de la crítica cinematográfica en México.<sup>72</sup> Así mismo como cuenta Cesar Amador en su artículo para los sesenta surgen las críticas al cine de “charritos para acoger la Nueva ola francesa y con ello emerge el Crítico intelectual.

“La nueva camada de analistas, dividida en dos grupos culturales, apuesta por la confrontación. Entre los críticos afines a García Riera se cuentan a Leonardo García-Tsao (profesor del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC), articulista del diario La Jornada y actual director de la Cineteca Nacional) y Nelson Carro (durante muchos años reseñista de cabecera en la revista Tiempo Libre y actual director de programación de la Cineteca Nacional), quienes en los setenta fundaron Dicine, publicación de mediana vida (más de cien títulos) pero que marcó una importante época en lo que a crítica se refiere. En las páginas de Dicine se escribía lo mismo del cine mexicano que sobre las tendencias cinematográficas mundiales, con especial énfasis en el Cine de Autor, además de procurar un rescate por la historia del cine mexicano. Del mismo grupo de los “emilitos” surgirían Pantalla y Nitrato de Plata (ya en los 90), esta última de mayor impacto que la primera, aunque ambas sin haber alcanzado a marcar una época. Del grupo de los “ayalitas”, entre quienes se cuenta a Gustavo García (recalcitrante amante y acucioso historiador de la Época de Oro del Cine Mexicano, actualmente pluma del diario El Centro), y Carlos Bonfil (elegante crítico cinematográfico que ha logrado hacerse de un estilo más propio del periodismo europeo que del latinoamericano y actual colaborador en La Jornada), surge Intolerancia, publicación de fuerte personalidad crítica y con un amplio sentido del análisis fílmico que, sin embargo, fracasa debido a un mercado-lector no acostumbrado a ensayos demasiado elaborados”.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Véase: <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/7726-la-critica-y-la-resena-cinematografica-en-mexico.html>

<sup>73</sup> *Ídem.*



Tras ello, surgen diversas revistas para los años noventa entre ellas cinemania, Cine Premiere; actualmente es común encontrar en la prensa escrita cualquier cantidad de reseñas, así como, en las contenidas en diarios, periódicos, revistas sin que, por ello tengan que ser adoptadas a un grupo de la población.

Ahora bien, este panorama nos da un margen para agregar que como bien se destaca, el cine, no siempre fue un sector al cual todos pudiesen acceder, sino que, estaba liderado a unos cuantos que eras doctos en algún área del conocimiento, y no es ajeno que la visión de alguien letrado tiene una percepción diferente, al que de aquellos menos culturalizados, de ahí que, la crítica sea poco difundida o adoptada por las masas, y se centre a grupos con cualidades y perspectivas en común. Y aquí emerge otro punto total, de las influencias que pueden afectar a la crítica y los críticos actuales, ya que, no puede soslayarse que esta industria este afectada por el mercadeo o la comercialización, al final, como cualquier otro producto su intención es recaudar la mayor cantidad de ganancia pues para ello ha sido creado, la influencia de los productos, pueden hacer del crítico solo un títere más para convocar a determinados sectores a acudir a la exhibición de una cinta.

En este punto, se puede preponderar el hecho de que, entre el mercadeo de los críticos, y el anhelo de las productoras del cine surgen un sinfín de situaciones que influyen en el espectador, desde las preferencias, por la categoría de la obra, hasta la tendencia personal de los críticos, sin embargo, en múltiples ocasiones ésta se ve afectada de un hecho indiscutible, la comercialización para obtener la mejor ganancia. Hoy día se pueden percibir claramente la numerosa cantidad de pactos comerciales de cintas que no tienen mayor relevancia que el estar dotadas de efectos especiales otorgados por los grandes avances tecnológicos digitales, que carecen de repercusión en el espectador que la plática mediática posterior a los treinta minutos tras terminar la proyección, y llevando consigo toda la cantidad de artículos desde camisetas, gorras, vasos de refresco y hasta los de las palomitas, del estreno que se trate, donde el objetivo principal se cumple la recaudación a través del pago de un boleto a una sala de cine.

En nuestro país claramente se distingue que existen diversas salas de cines, sin embargo, solo hay dos o quizá tres cadenas principales de distribución, que realizan su selección dependiente de los acuerdos comerciales que logren entre las productoras y dichas salas.

Un caso muy sonado fue el estreno de la cinta “Suicide squad” que puso frente a los reflectores la fuerte lucha comercial por exhibir una película, donde el argumento que exhibió los pactos comerciales fueron:

“...al escuadrón suicida no lo detiene nada. Ni las pésimas críticas que recibió en Estados Unidos, y tampoco el problema que surgió en México, donde la película no se proyecta en Cinemex, una de las dos cadenas más grandes. Con 193 millones 844 mil de pesos, la cinta ocupó este fin de semana el primer lugar en la taquilla mexicana, lo que demostró que poco afectó el hecho de Cinemex, argumentando que la distribuidora había cambiado de última hora las condiciones de estreno, que se rehusó a proyectarla”.<sup>74</sup>

Esta crítica periodística, nos refleja claramente que detrás de una proyección existe un sinnúmero de pactos comerciales, que bien se pueden o no cumplir, y pese a las críticas de no ser una película medianamente buena, no afecta su recaudación taquillera en virtud de una crítica.

En este sentido también influye como se puede apreciar el manejo del mercador, y comercialización que influye directamente al espectador y no sólo la crítica siendo ésta ya en tiempos actuales dejada de lado completamente.

No importa cuál sea la conclusión respecto de los estudiosos del séptimo arte, lo que va a llevar a un cinéfilo a acudir una sala dista completamente de la Academia de las artes, o de ser la opinión experta de un asesor artístico en cualquiera de sus modalidades.

---

<sup>74</sup> Véase: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/cine/2016/08/9/la-polemica-no-afecta-suicide-squad-en-mexico>

Por otro lado, el mercado de consumo nacional evidentemente se ve afectado por la gran cantidad de cintas importadas derivado del poco alcance productivo que nuestro país ejerce, ya que, junto a grandes estudios como Universal, Metro Golden Meyer, y hasta Disney, nuestro país produce en su totalidad una cantidad limitada de cintas.

En este sentido es importante destacar que, incluso el cine que se produce, tiene un estigma muy fuerte, incluso alcance de forma indebida la categoría o clasificación de “cine mexicano”, y dejando a un lado el tema que se aborde esto excluye inmediatamente a la cinta ya que el espectador sabe, entiende y conoce que su calidad será muy por debajo del cine internacional que compite en el mercado, siendo esta una práctica por demás discriminatoria e incluso malinchista, pues incluso al mirar la sinopsis desde que se lee “cine mexicano” pareciera que es un producto de bajo nivel.

Aquí también, es importante destacar como se ha mencionado en capítulos anteriores, lo que impacta al público para elegir sus preferencias, son precisamente las críticas, y ahora con el manejo de las redes sociales se convierte en un libre mercadeo de opinión en opinión de cualquier persona sin que por ello deba ser una crítica sana y objetiva, se puede conocer desde otro lugar en el mundo en tiempo real, la crítica emitida incluso antes de sus estrenos en Nuestro País.

Lo que lleva a la decisión de acudir a verla o no. Un claro ejemplo de cómo afectan dichas críticas, es precisamente la película antes mencionada que en el país vecino recibió malas críticas; y en contra posición, a la cinta “La marcha de los pingüinos” siendo este un documental respecto del ciclo reproductivo de los pingüinos; la cual no tuvo el éxito que alcanzara “suicide squad”; y lo interesante de esto, es el tenor y tema en que verán ambas películas. Por una parte, tenemos una cinta versada en un comic, lleno de fantasía y efectos especiales lejana a transmitir un concepto útil y positivo que refleje la realidad o que presuma de tener un contenido real, y la otra una historia que narra en palabras de los realizadores un ciclo de vida en una especie animal, apegada completamente a escenario naturales y en los especímenes observados de forma directa.

Lo que se traduce en que, mientras la primera no aporta un solo elemento real, y la segunda si, la primera se ve como un ideal y la segunda siendo una realidad y de alto valor educativo, solo se ve como un despreciable documental.

Sin duda entre la crítica y la delgada línea del mercadeo se percibe claramente que el arte como tal, ha dejado de ser un artículo de consumo entre las masas, y sin importar que tan realista o admirable sea en su valor de contenido, las masas siguen consumiendo lo más llamativo.

En ello se encuentra el punto toral de este estudio, ya que, en muchas ocasiones las apologías que se expresan a través de la fantasía y la tecnología surgen patrones que afectan estereotipos y conlleva al rompimiento del tejido social, lo que genera un campo fértil para cultivar en los espectadores figuras contrarias a Derecho y que se traducen en la comisión de múltiples conductas prohibidas por la ley y que actualmente carecen de regulación o prevención.

### **3.8 Productos comercializados en los medios de comunicación**

“Las agencias o centrales de medios son empresas que gestionan para sus clientes la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación”.<sup>75</sup>

Hasta hace unos años, el departamento de medios se encontraba siempre dentro de la agencia de publicidad o la empresa anunciante (en el caso que ameritara).

Hoy en día es común ver centrales independientes que sólo se dedican a la compra de medios.

---

<sup>75</sup> **Véase:** <http://www.agenciasdemedios.com/wp-content/uploads/Guia-tecnica-marketing-publicidad.pdf>

“Entre las funciones de una agencia de medios está el asegurarse de que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y momento apropiados, y al menor coste posible para el anunciante. La compra de grandes volúmenes permite a las agencias tener un mejor poder de negociación para conseguir mejores costes”.<sup>76</sup>

En este contexto, la cantidad de productos que se comercializan son infinitos, desde un sonido, una imagen, un concepto, y hasta existen pantones (colores) que identifican plenamente una marca registrada.

Dentro de este universo se contemplan desde productos físicos, hasta servicios intangibles, la función de Marketing o mercadeo cumple su función al impulsar a los espectadores a adquirir desde una idea, hasta un proyecto de vida, pasando por los productos que debe obtener para lograr el éxito o la aceptación dentro de determinado status social.

La gran cantidad de productos han hecho que sea prácticamente imposible no estar expuesto a algún medio que pretende insertar esta idea, y que de forma condicionada y como acto reflejo llevemos a cabo.

Hoy día, los individuos tienden a la indiferencia y apatía ante cualquier alteración siguiendo sus rutinas determinadas sin dirigir su esfuerzo en otra dirección a menos que la publicidad o la propaganda los estimulen a través de un medio de comunicación con el fin de realizar alguna acción premeditada, En otras palabras, para que el posible público receptor se motive, se requiere persuasión y manipulación que ejercen esta clase de mensajes, lo que implica claramente la utilización de los medios. Estos sistemas, formas o vehículos de los cuales le sirven a las agencias de publicidad y al cliente para hacer llegar al público o futuro consumidor el anuncio de una marca, alguna doctrina ideológica, un producto o un servicio determinado etc.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Véase: [https://es.wikipedia.org/wiki/Agencias\\_de\\_medios#cite\\_note-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Agencias_de_medios#cite_note-1)

<sup>77</sup> **DE LA TORRE ZARMEÑO, Francisco J. y DE LA TORRE HERNANDEZ, Francisco Javier.** *Taller de análisis de la comunicación*, Editorial Mc Graw-Hill, México, Año 2001pags. 67 y 68.

### 3.8.1 En la prensa escrita

Este canal de información regularmente se vende por columnas, dado que a estructura de la prensa se conforma de ocho columnas en las que se insertan las letras que informan al lector.

Dentro de éstas, se comercializan los centímetros que corresponden al área que el cliente, comprará para publicitar su producto.

### 3.8.2 En la radio

Este se vende por espacios (tiempo aire), en el que se transmite un comercial sonoro, o bien se paga a un informador que influye en el espectador para que potencialice, o recomiende el producto a comercializar.

En su inicio la radio emitía mensajes, después música grabada, y con ello iniciaron las demandas por los derechos de la música grabada, así se comenzó a comercializar la música por la radio, de esta forma también las radios difusoras sostenían sus gastos operativos, con el tiempo comenzaron a transmitir anuncios, y eventos deportivos, se crearon los primeros grandes ídolos, pues era común que, en cualquier hogar tuviesen un aparato que captara la señal.

“...la historia de la radio ha sido de lucha entre los intereses de la industria decididos a obtener la mayor utilidad posible, y los ciudadanos preocupados y el gobierno buscando asegurar que las ondas aéreas sean usadas para el bienestar público, Los intereses de la industria tienen un fuerte control de la radiodifusión, pero las cortes y la comisión ocasionalmente muestran su poder”.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> **SCHRANK**, Jafrey. *Comprendiendo los medios de comunicación*, Editorial Publigráficos S.A, México, Año 1989. Pág. 215.

Con esto, podemos presumir que cualquier producto ajeno a la propaganda, o publicidad puede ser comercializado a través de la radio, sin que pueda del todo ser controlado, siendo el mismo caso cualquiera de los medios de comunicación.

### **3.8.3 En la televisión**

En lo concerniente a este medio, el espacio donde se comercializan los productos se vende por segundos de transmisión, se expone la imagen y sonido con un concepto o idea.

“Comercializar tu producto en la TV te permite llegar a millones de espectadores cada día. La comercialización de un producto a través de otras fuentes de publicidad puede llevar al estancamiento de las ventas, porque efectivamente la comercialización de un producto desconocido a menudo impone la publicidad visual. Debido a que tu producto no tiene una imagen que inmediatamente le dice a la gente cómpralo, debes utilizar tu anuncio de televisión a tu favor al demostrar cómo funciona tu producto y por qué la gente debe comprarlo”<sup>79</sup>

El ejemplo más evidente y conocido son los famosos minutos de intermedio del Super Bowl, del fútbol americano, que tiene millones de espectadores a nivel mundial y en el cual los comerciales de las grandes marcas impulsan las nuevas publicidades para obtener el mayor número de compradores de su producto, y que un segundo puede a llegar valer millones de dólares.

### **3.8.4 En el cine**

Una vez que se ha enmarcado los aspectos principales del séptimo arte y abordado su impacto en la psique de los individuos y por tanto en la conducta de las masas, podemos delimitar a este arte como una industria comercial en la que se manejan no sólo temas que afecten a estereotipos sino también alcanza de hecho el panorama comercial.

---

<sup>79</sup> Véase: <http://pyme.lavoztx.com/cmo-comercializar-tu-producto-en-la-televisin-8456.html>

Esto, debido a que, siendo un producto y como se evoca, al ser un producto humano es sujeto de comercialización como cualquier otro.

En nuestro sistema legal y comercial se han firmado desde actas, tratados y la propia constitución que protege tanto el derecho de libertad de expresión como cualquier tipo de industria y el cine no es una excepción.

Este se encuentra regulado por la Ley de Cinematografía, y haciendo un recuento histórico esta regulación antes se veía afectada de la previa censura, lo cual, fue conveniente para muchos sistemas políticos en el mundo, sin embargo, el desarrollo industrial y tecnológico, así como las nuevas necesidades surgidas en los últimos veinte años, la previa censura fue abrogada de tajo para 1999, lo que abrió el mercado a nivel internacional.

En lo concerniente a la Ley vigente se destacan tres aspectos importantes la distribución, la exhibición y la comercialización, para lo cual, se citan los artículos que no enmarcan lo concerniente a ello:

ARTÍCULO 16. Se entiende por distribución cinematográfica a la actividad de intermediación cuyo fin es poner a disposición de los exhibidores o comercializadores, las películas cinematográficas producidas en México o en el extranjero, para su proyección, reproducción, exhibición o comercialización, en cualquier forma o medio conocido o por conocer.

ARTICULO 17. Los distribuidores no podrán condicionar o restringir el suministro de películas a los exhibidores y comercializadores, sin causa justificada, ni tampoco condicionarlos a la adquisición, venta, arrendamiento o cualquier otra forma de explotación, de una u otras películas de la misma distribuidora o licenciataria. En caso contrario se estará a lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica.

ARTÍCULO 18. Para los efectos de esta Ley se entiende por explotación mercantil de películas, la acción que reditúa un beneficio económico derivado de:

I.- La exhibición en salas cinematográficas, videos a las, transportes públicos, o cualquier otro lugar abierto o cerrado en que pueda efectuarse la misma, sin importar el soporte, formato o sistema conocido o por conocer, y que la haga accesible al público.



II.- La transmisión o emisión en sistema abierto, cerrado, directo, por hilo o sin hilo, electrónico o digital, efectuada a través de cualquier sistema o medio de comunicación conocido o por conocer, cuya regulación se regirá por las leyes y reglamentos de la materia.

III.- La comercialización mediante reproducción de ejemplares incorporados en videograma, disco compacto o láser, así como cualquier otro sistema de duplicación para su venta o alquiler.

IV.- La que se efectúe a través de medios o mecanismos que permitan capturar la película mediante un dispositivo de vinculación para navegación por el ciberespacio, o cualquier red similar para hacerla accesible en una pantalla de computación, dentro del sistema de interacción, realidad virtual o cualquier otro medio conocido o por conocer, en los términos que establezcan las leyes de la materia.

ARTÍCULO 19. Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla. Toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento.

ARTÍCULO 20. Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal.

ARTÍCULO 21. La exhibición pública de una película cinematográfica en salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces, y su comercialización, incluida la renta o venta no deberá ser objeto de mutilación, censura o cortes por parte del distribuidor o exhibidor, salvo que medie la previa autorización del titular de los derechos de autor. Las que se transmitan por televisión se sujetarán a las leyes de la materia.

ARTICULO 22. Los servicios técnicos de copiado o reproducción de matrices de obras cinematográficas que se destinen para explotación comercial en el mercado mexicano, deberán procesarse en laboratorios instalados en la República Mexicana con excepción de las películas extranjeras que no excedan de seis copias para su comercialización, salvo las disposiciones contenidas en convenios o tratados internacionales.

ARTICULO 23. Con el fin de conservar la identidad lingüística nacional, el doblaje de películas extranjeras se realizará en la República Mexicana, con personal y actores mexicanos o extranjeros residentes en el país, salvo las disposiciones contenidas en convenios o tratados internacionales, y en los precisos términos del Artículo 8o.<sup>80</sup>

---

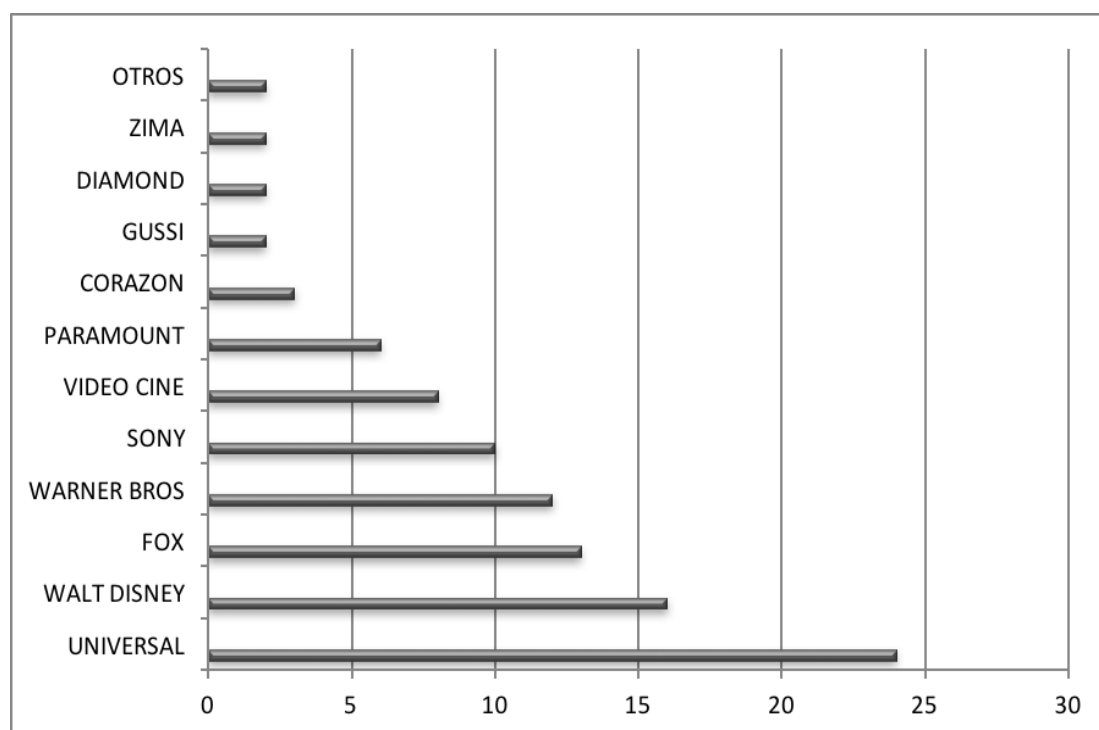
<sup>80</sup> Véase: [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103\\_171215.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf)

Del contenido de los artículos señalados, se desprende que, la distribución es debidamente regulada, la comercialización y su explotación de igual forma están sujetas a los que las leyes aplicables dicten. Y en este punto, se debe destacar que el Estado ha procurado fomentar la exhibición de las cintas nacionales, y contemplar la sana competencia, las normas son en una frase elocuente demasiado benévolas, ya que, se limitan a permitir todo lo que en ellas se contiene, sin embargo, el caos, que impacta gravemente y de forma negativa es todo aquello que no está sujeto a la ley, o bien a la propia flexibilidad que hoy ofrece nuestro acervo legal al respecto, como lo es la clasificación y las sanciones ante la desobediencia de la ley, pues, tener normas flexibles ha demostrado que se sobre entiende como la facultad de poder romperlas sin mayor sanción que una pena pecuniaria y en muchos de los casos, las empresas que se dedican exclusivamente a la exhibición de los filmes, simplemente se saltan esta normatividad con plena conciencia, que el daño pecuniario es inferior a la recaudación que por mercadeo puedan recibir. Convirtiendo esto en una práctica mercenaria en términos estrictamente económicos, lo cual, en sí, no es un factor determinante para afectar a la población o la masa.

La afectación real es que, ante la falta de conciencia, y la carencia de sanciones más agresivas, se expone al público, a adoptar nuevos estereotipos y formas de vida, que surgen de la fantasía, y derivado de esto se influye en la conducta individual creando alteraciones sociales, que pueden ser desde una agresión auto infringida que pareciera sólo afectar a ese sujeto, hasta la agresión sistemática a sus congéneres.

Como se ha mencionado con anterioridad, durante el desarrollo y crecimiento de esta industria, se permeo la importación de diversos productos no solo en aparatos y tecnología, sino lo que nos ocupa es las distribuidoras de cintas que acaparan la atención y el mercado nacional, para poder delimitar que es lo que nuestros espectadores a nivel interno consumen, y con esto vislumbrar cual es el contexto al cual se expone a la audiencia.

Entre las distribuidoras se encuentran según datos publicados por el periódico el economista, proveniente de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica: <sup>81</sup> Ver figura 11.



**Figura 11.**

“El mercado de la distribución en el país es dominado por los grandes estudios: Univesal 24%, Fox 13%, Warner bros 12%, Paramount 6%, Sony 10%, Walt Disney 16% y se cuela la mexicana Videocine, con 8%.

El resto lo tienen algunas independientes como Corazón 3%, Gussi 2.0%, Zima “% y otros 3% pero muchas de las distribuidoras han desaparecido a lo largo de los años.

Actualmente, la cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y Videocine sólo tiene registrados 16 distribuidores, mientras que el Anuario Estadístico del Instituto Mexicano de Cinematografía reporta 21 empresas”.<sup>82</sup>

<sup>81</sup> Véase <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2015/12/22/distribucion-cine-mexico-controlada-estudios-extranjeros>

<sup>82</sup> Véase <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2015/12/22/distribucion-cine-mexico-controlada-estudios-extranjeros>

Por su parte, Forbes México, para el año 2013 en su artículo “las diez distribuidoras de películas con más ingresos en México”, público que tomando en cuenta los ingresos anuales en pesos de cada distribuidora se recabaron datos por Rentrak Corporation, como los siguientes:

“La única certeza es que las trasnacionales de la comunicación actualmente controlan económicamente el mercado fílmico mexicano por su forma de operar como un cártel, mismo que perjudica y pone en condiciones ruinosas a las cinematografías del mundo y a las empresas que les compiten”.<sup>83</sup>

En este panorama, es claro, que hablando en términos económicos, y sociológicos, el cine proyectado en nuestro país, se define, como distante a la realidad social que se vive de forma cotidiana, ya que, desde el origen de los estudios se denota que no se utiliza ni la industria nacional, y menos aún el contexto de vida, lo que influye directamente en el espectador.

Derivado de ello, se permean conductas no establecidas en muchos puntos de nuestro país, menos así se muestra una realidad cercana, ni de los individuos, ni de las normas por las que se rige la sociedad.

Ahora bien, abordando las cifras señaladas, es importante enmarcar que, las ganancias son impactantes, sin embargo, estas no amilanan el ánimo de los distribuidores por llevar cintas taquilleras, y en aras de ellos, saltan criterios esenciales para que, sus cintas sean proyectadas, sumado a ello la poca regulación y casi nulo criterio ante la clasificación, es de hacer notar que, cualquier distribuidor regulado puede poner en manos de la audiencia, cualquier imagen que en un bit de inteligencia sea adoptado por el espectador, entendiendo que para ellos la finalidad es el consumo, y no la repercusión social implícita que puede ejercer el individuo.

---

<sup>83</sup> Véase <https://revistatoma.wordpress.com/2010/08/25/analisis-de-la-distribucion-y-la-exhibicion-filmica-en-mexico/>

Esto es, lo que se muestra en una cinta, cualquiera que sea, puede ser adoptada por el individuo sin que medie alguna restricción, siendo desde la más valerosa y positiva hasta la más cruel y despiadada, y esto es lo grave que plantea el estudio que se presenta.

Cualquier distribuidor puede poner en exhibición, una cinta llena de actos atroces, que o solo muestran escenas altamente violentas y sanguinarias, sino que se convierten en un manual del ¿cómo? y ¿por qué? hacer una apología de conductas nocivas, y que el espectador puede adquirir en un segundo de proyección, y con ello afectando no solo la psique del sujeto, sino afectando la realidad social, al implantar estas ideas o conceptos, que conllevan a la formación de estereotipos que no son adecuados para el sano desarrollo social.

La función de los distribuidores, está muy lejos de terminar con la adquisición de un boleto en la taquilla o la recaudación que por el precio se pague, sino que ésta se sostiene como un acto continuado e incluso involuntario al terminar la exhibición de una cinta, dentro de la sociedad, en una casa y en la psique del individuo, quien puede adoptar como estilo o forma de vida la idea sembrada en el inconsciente por un guionista, productor, escritor, a través de los conceptos planteados en un segundo dentro del film.

En este punto, es importante denotar algunas estadísticas para conocer la magnitud de la exposición de cintas en Nuestro país, ya que, el punto final, para la industria es precisamente la compra de un boleto y la exhibición pública de las cintas, para lo cual se citan las estadísticas dadas a conocer del anuario estadístico de cine.

Resumen estadístico del cine mexicano en 2015.

- Habitantes 121.7 millones
- Asistencia a salas de cine 286 millones

- Asistencia a películas mexicanas 17.5 millones
- Promedio de asistencia anual por habitante 2 Ingresos en taquilla 13 334 millones
- Complejos cinematográficos 739
- Pantallas 5 977
- Pantallas digitales 95%
- Festivales cinematográficos en México 119
- Cineclubes contabilizados 402
- Estrenos 414
- Películas mexicanas estrenadas 80
- Películas mexicanas producidas 140
- Películas mexicanas apoyadas por el Estado 70%
- Óperas primas 37%
- Directores con segundas y terceras obras 36%
- Directores con trayectoria 27%
- Cortometrajes mexicanos producidos 453
- Documentales digitales mexicanos 35%

- Transmisiones de películas en TV abierta TV 6 441
- Transmisiones de películas mexicanas en TV abierta comercial 30%
- Transmisiones de películas mexicanas en TV abierta pública 35%
- Transmisiones de películas mexicanas en TV de paga 37%
- Película mexicana con más audiencia en TV abierta No se aceptan devoluciones (4.4 millones de televidentes)
- Película mexicana con más audiencia en TV abierta pública La mujer de Benjamín (360 mil televidentes)
- Película mexicana con más audiencia en TV de paga No se aceptan devoluciones (447 mil televidentes)
- Películas mexicanas estrenadas en salas de cine en 2015 disponibles en internet 53%
- Visualizaciones de películas mexicanas estrenadas en salas de cine en 2015 6.4 millones
- Película mexicana con más visualizaciones Los jefes (1.6 millones)
- Premios para el cine mexicano 186.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> *Anuario Estadístico de cine mexicano Mexicano*, año 2015, Secretaría de Cultura, págs. 13 y 15.

De las anteriores cifras se obtiene que 268 millones 500 mil asistentes acudieron a la exhibición de un película extranjera, de 6 mil 441 películas por televisión entre el 70% y 65 por ciento fueron extranjeras, lo que se traduce en que, los espectadores en su mayoría acuden a una proyección que dista de la realidad en que se ven inmersos, y del porcentaje restante que corresponde a cine mexicano; cabe destacar que se incluye comedia o sátira política que fueron las más vistas, sin que por ello, sea un reflejo de la realidad, lo que deriva en la transformación de patrones, y la filtración de conceptos diversos ajenos a la interrelación social, siendo así que se distorsiona en estereotipo establecido para nuestro bagaje sociocultural.

“México se ubicó entre los cinco países con mayor asistencia a salas de cine, en un contexto donde las películas de Hollywood alcanzan elevados niveles de audiencia alrededor del mundo. En el ámbito nacional, la asistencia total fue la más alta de los últimos años al registrarse más de 286 millones de boletos vendidos, 46 millones más que en 2014. Las 10 películas con mayor éxito en taquilla, todas de Estados Unidos, concentraron cerca de 40% de los espectadores, con fuertes campañas de lanzamiento. Estos títulos tuvieron presencia en más de 98% de los complejos cinematográficos del país y, en promedio, se estrenaron en seis pantallas en cada uno de ellos. Cinco filmes superaron los 10 millones de asistentes, hecho inédito desde el surgimiento de las salas multiplex. Las 10 películas con más ingresos en el año fueron de clasificación AA, A y B, es decir, para públicos infantil y adolescente. El título con más asistentes fue *Minions*, estrenada durante el verano con clasificación para todo público. Los meses con mayor asistencia fueron junio y julio, que concentraron 25% del total”.<sup>85</sup>

“En el país hay 739 complejos cinematográficos comerciales, con un total de 5 977 pantallas, 5% más que las registradas en 2014. Tres estados de la República cuentan con 40% del total de pantallas del país. Los trece estados con menor número de pantallas integran 15% del total del país. Se contabilizaron 402 cineclubes, 22 más que en 2014. Se llevaron a cabo 119 festivales de cine en México, 10 más que en 2014”.<sup>86</sup>

“Se contabilizaron 6 441 transmisiones de películas en la televisión mexicana, el mayor número en los últimos seis años. 30% de las películas transmitidas por televisión abierta comercial fueron mexicanas”.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> *Anuario Estadístico de cine mexicano Mexicano 2015*, Secretaría de Cultura, pág. 61.

<sup>86</sup> *Ibidem*. Pág. 101.

<sup>87</sup> *Ibidem*. Pág. 145.



Asimismo, de esto se destaca el incremento de los foros comerciales para la exhibición que han aumentado, y que se encuentran registrados en su mayoría, se sabe y se conoce el gusto por los filmes de fantasía, y éstos no generan mayor impacto que el de la sana diversión, sin embargo, también existe una cifra no definida de foros no reglamentados, y mucho menos se tiene conocimiento de que tipo de cintas exhiben, ni que tan rígidos son sus patrones de acceso al público.

Por otra parte, es importante señalar que, en México existen dos grandes compañías que acaparan el mayor número de visitantes siendo estas Cinépolis, y Cinemex (quien absorbió Cinemark).

“Cinépolis abarca el 50% de la industria de salas de cine en el país. Por debajo está Cinemex, que tenía alrededor del 30% y ahora se le suma el 6% que tenía Cinemark. El 14% del resto se subdivide en los cines independientes”.<sup>88</sup>

Uno de los conflictos aunado a que las dos cadenas principales dictan que, se exhibe en sus salas es la recopilación de las cintas, ya que en muchos casos como el estreno es atemporal en otras latitudes, se pueden ofrecer las copias ya utilizadas en otros países, así la demanda no está sujeta ni siquiera a la necesidad o gusto del público sino a la transacción comercial entre las cadenas líderes.

De tal forma que, la exhibición se ve afectada no solo por el precio, o la demanda, el productor o el tema o el distribuidor, sino también a los convenios que celebren como entes comerciales las distribuidoras y los exhibidores, lo que se traduce en que al final, el público ve lo que las empresas ofrecen, sin importar cualquier opción de gusto por el consumidor.

---

<sup>88</sup> Véase: <http://aristeguinoticias.com/1211/mexico/cinemex-cinepolis-el-nuevo-duopolio-en-mexico/>

### **3.8.5 En Internet**

Este medio contiene diferentes formas de venta al cliente, se compran impresiones cada vez que un usuario descarga y ve un anuncio, se compran clicks donde cada vez que un internauta hace click sobre un anuncio, se compra un porcentaje y se da una comisión por cada producto comprado en línea.

## **3.9 Distribución regulada de productos en los medios de comunicación**

En este sentido han surgido infinidad de comentarios y críticas la más alusiva a últimas fechas es la que se expone:

“La presidenta de la Comisión de Igualdad de Género, diputada Laura Nereida Plascencia Pacheco (PRI), dijo que es urgente regular los contenidos en los medios de comunicación, pero sin restringir la libre expresión, a fin de no promover la violencia de género, como en el caso del video de la canción “Fuiste mía”, de Gerardo Ortiz, que incita al feminicidio.

“Hay una línea muy delgada y muy endeble en relación de hasta dónde es libertad de expresión y hasta dónde lo que se expresa afecta un derecho de un tercero, o la dignidad de un tercero o sus derechos”, expresó.

En entrevista, la legisladora precisó que en vídeos musicales, programas de TV, telenovelas y otros contenidos en medios de comunicación, se muestra como una conducta normal el violentar a las mujeres.

“Es más que sabido que el amarillismo vende y que para los medios eso es muy conveniente; por ejemplo, una telenovela te da más rating con la señora sumisa que es jefa de familia, que te da el estereotipo que la sociedad mexicana nos ha vendido durante años a las mujeres”, lamentó.

Sostuvo que no se puede seguir pensando en sólo reformar las leyes, ya que se debe entrar de lleno a cómo realmente sancionar y generar un entorno saludable para todas las niñas y niños del país.

“Creo que estamos obligados como servidores públicos a pasar del discurso a la acción, no es suficiente con levantar la voz y decir “cometió un error”. No, lo que tenemos que hacer es sancionar”.

Posteriormente, en conferencia de prensa y acompañada por integrantes de la comisión, la diputada informó que ya se han realizado diversas solicitudes para pedir al municipio de Zapopan, Jalisco, explique la participación de elementos de seguridad pública en el vídeo del artista grupero. Es una lamentable manifestación de violencia, que crece día con día; cada 24 horas mueren siete mujeres por el simple hecho de su género. No podemos tolerar un acto de violencia, no queremos más muertes, debe respetarse el estado de Derecho.

“En dicho video se aprecia cuando asesina al amante de su pareja, después de haberlo engañado, para posteriormente torturarla, encerrarla en la cajuela del carro y finalmente prenderle fuego”, reprobó la legisladora. Por otra parte, exigió a las autoridades y a la Fiscalía General de Guerrero apliquen el debido proceso al caso acontecido el fin de semana, en el municipio de Acapulco, en el que el canadiense Walter Suk, de 68 años de edad, besó en la boca a dos niñas de tres años.

“La postura de la comisión ante este acontecimiento es que se revise la responsabilidad de los padres de las menores por la actitud que asumieron durante el suceso”, destacó.

Respecto del caso de los 4 jóvenes acusados de violación en contra de una joven, en Boca del Río, Veracruz, y que están bajo investigación, de igual forma pidió a nombre de la comisión que preside que se hagan la adecuada investigación e integración del expediente para que en el caso de que sean encontrados culpables “se aplique todo el peso de la ley”.

“No podemos permitir conductas de este tipo, y que sea quien sea y que viole el estado de Derecho y la integridad de las víctimas, siga en la absoluta impunidad”. Subrayó que, según estimaciones de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), México es el primer lugar a nivel mundial en caso de abuso sexual a menores de 14 años.

“No sólo exigimos el debido proceso y consignación, si son hallados culpables, que se aplique todo el peso de la ley en estricto Derecho”. Respecto de los dos jóvenes desaparecidos desde el 19 de marzo en el municipio de Papantla, también en Veracruz, y en donde están involucrados elementos de seguridad pública del municipio, dijo que primero debe localizarse a ambos jóvenes, y en caso de demostrarse un delito, de la autoridad que sea, debe actuarse conforme a la ley”.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Véase <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Comunicacion/Agencia-de-Noticias/2016/03-Marzo/30/2474-Necesario-regular-contenidos-de-medios-pero-sin-violentar-la-libertad-de-expresion-Plascencia-Pacheco>

Queda claro que actualmente dentro de los productos regulados en los medios de comunicación se expresan cualquier cantidad de formas inmorales e ilegales, en aras de justificar la esencia de un artista, haciendo gala de cualquier objeto o imagen que transgrede a la colectividad, y salud mental, de un número incuantificable de espectadores o receptores.

Es menester destacar que, ciertamente, esto no refleja ajustarse a la moral, costumbres, ni tradiciones, y tampoco se puede ejercer la libertad de expresión justificando que se requiere aludir hechos contrarios a derecho para lo cual se sostiene un argumento respecto de la libertad, que a la letra reza:

“... la libertad es puro nombre, del que se hace bandera para cometer los más grandes atropellos. El pobre es libre, pero para des-vivir en la miseria. El rico es libre, pero para amasar grandes riquezas, en fomento y perjuicio de la masa, de una masa que no convive, que no vive en la sociedad, y cuya prevalencia en el medio social, cuando es ajena al honor, favorece la corrupción tiránica del gobierno”.<sup>90</sup>

Sin duda, en este sentido, las instituciones creadas carecen de resguardar la seguridad de los individuos frente a las expresiones de cualquier índole transmitidas a través de los medios de comunicación y los mecanismos legales, actualmente no tienen los alcances coercitivos para restringir la transmisión de cualquier tipo de contenido, las sanciones son pecuniarias a los medios de comunicación y en contraposición a las ganancias las sanciones resultan insulsas ante su la imposición, pues representan solo un ingreso legitimado para el Estado sin que, represente una restricción real o sanción efectiva, en aras de la seguridad de la sociedad.

En conclusión, los mecanismos legales implementados en la actualidad no son efectivos, ni eficaces.

---

<sup>90</sup> IGLESIAS, Julian. *Miniaturas Históricas*, Editorial Ariel, México 2003. Pág. 67.

### 3.10 Comercio ilegal de productos diseñados para los diferentes medios de comunicación

El comercio ilegal se conoce como la práctica no regulada por el Derecho, trae consigo pérdidas incuantificables en el patrimonio del autor del producto, y el arte en cualquiera de sus formas es considerado como patrimonio moral y comercial del autor.

Dentro del cine, podemos indicar que la obra cinematográfica se tutela en Nuestro País por la Ley de derechos de autor, en su contenido enmarca la forma de proteger el patrimonio intelectual, de los creadores de las cintas filmicas, quienes tiene este derecho y a que leyes deben acudir al ser robados o bien plagiados, en cualquiera de las modalidades.

En lo concerniente al cine, el mayor problema se encuentra la también llamada:

*“... piratería, que es fundamentalmente la reproducción ilegal a través de las copias físicas que se hace por cualquier dispositivo de una cinta cinematografía y se vende a cualquier persona física o moral para la exhibición no regulada por la ley. Este tema ha sido de gran preocupación no sólo por Nuestro Estado, sino a nivel internacional, al respecto la Organización de las naciones Unidas para la educación, la ciencia y la Cultura ha realizado diversos pronunciamientos de los que se rescata del Observatorio Mundial de lucha contra la Piratería que “Los tipos más comunes de piratería de obras protegidas por el derecho de autor atañen a los libros, la música, las películas y los programas informáticos”.<sup>91</sup>*

*“Como en el caso de la música, la piratería cinematográfica puede ser tradicional o perpetrarse mediante Internet. Esta práctica abarca, de manera no exclusiva, la piratería de vídeos y DVD, las filmaciones con videocámaras en salas de cine, el hurto de copias de películas destinadas a los cines, el robo de señales y la piratería de radiodifusión, así como la piratería en línea”.<sup>92</sup>*

---

<sup>91</sup> Véase: [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=39412&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=39412&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

<sup>92</sup> *Ídem.*

*“La descarga o distribución ilícitas en Internet de copias no autorizadas de obras, tales como películas, composiciones musicales, videojuegos y programas informáticos se conoce, por lo general, como piratería cibernética o en línea. Las descargas ilícitas se llevan a cabo mediante redes de intercambio de archivos, servidores ilícitos, sitios Web y ordenadores pirateados. Los que se dedican a la piratería de copias en soporte físico también utilizan Internet para vender ilegalmente copias de DVD en subastas o sitios Web.*

*A pesar de que el tráfico de obras protegidas por el derecho de autor utilizando medios electrónicos cada vez más complejos, tales como las redes de intercambio de archivos P2P, los espacios para charla en Internet y los grupos de debate, tiene repercusiones cada vez más negativas en las industrias culturales, también se aduce el argumento de que frenar dicho fenómeno limitaría el derecho de acceso a la información, el conocimiento y la cultura”<sup>93</sup>.*

En esencia, en la totalidad del planeta se sufren estas acciones afectando, no sólo el patrimonio de los creadores o autores, sino que también se considera un daño a nivel cultural, que se está causando de repercusiones que van más allá de lo que corresponde a lo patrimonial.

El debate respecto a ¿dónde comenzó la prohibición del acceso a la información?; es vasto, pero lo es más cuando hablamos del Derecho de libertad a la expresión de ideas. Ambos pugnan por el Derecho general pero no delimitan su frontera ante el Derecho a un medio adecuado para el desarrollo mismo, que se ve limitado al no ser controlado este mercado, y que dadas los avances tecnológicos el marco legal se ve reducido a un esbozo para controlar lo que debe ceñirse a la ley en aras del bien colectivo.

Lo que se traduce en una desavenencia ontológica, ética y moral respecto de los derechos, ya que, fundamentalmente se busca la totalidad de ellos sin restricción, sin distinguir que la esencia de la norma está más allá de un solo individuo, sino que, su fortaleza es proteger el Derecho del individuo frente a otro.

---

<sup>93</sup> *Ibidem.*

Al respecto La academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas creó una comisión de políticas públicas presidida por la actriz Dolores Heredia señaló que:

"El tema es importantísimo porque, de alguna manera, los registros en la piratería nos demuestran que sí nos están viendo y que el cine mexicano se vende muchísimo en el comercio informal".<sup>94</sup>

Por otra parte "Motion Picture Association México y la Procuraduría General de la República lanzarán un mensaje de advertencia en las casi 7 mil pantallas del País.

Antes de cada película, se explicará al espectador que grabar una película durante su proyección es un delito, pues no está autorizado por el autor.

"La novedad y diferencia sustancial (con otros avisos) es que podemos usar el sello de la PGR. Eso nos dará muchísima más seriedad y contundencia cuando tengamos que hacer una acción legal. (...) Si se comprueba que se está comercializando el producto pueden ser 10 años de cárcel, también puede ser una multa de 20 mil días de salario mínimo", señaló Ana María Magaña Rodríguez, directora general de Motion Picture Association México".<sup>95</sup>

La realidad es que, los mecanismos para cometer estos actos contrarios a Derecho, son innumerables, pues basta copiar en cualquier dispositivo electrónico o bien realizar una copia de un disco, para obtener de forma ilegal el material protegido, se valen incluso del derecho a una exhibición para que puedan grabar de forma presencial la reproducción de una cinta y con ello realizar cuantas copias se requieran, con el único objetivo de comercializarlas.

---

<sup>94</sup> Véase: <http://www.mural.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=840203&md5=4af8aa02f9b76878a9bc9338b9bbdf72&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>

<sup>95</sup> Véase: <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=829201&md5=8490b8ff38197019645ef447824089f2&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>

Este estudio, no se avoca fundamentalmente a este conflicto, sino a aquel que rebasa la exhibición, siendo un producto artístico comercial, se requiere de muchos candados, que protegen no solo a los distribuidores, sino también a los espectadores, la proyección de una cinta fílmica tiene consideraciones estrictas, para que pueda ponerse a la vista de los espectadores, incluyendo apartados desde su clasificación hasta límites por cuestión de salud pública, ya que puede afectar el desarrollo psico-emocional de un individuo.

Esta problemática no sólo la sufren los productores y distribuidores autorizados (nacionales o extranjeros) y en ellos no radica el mayor problema a en lo que atañe al presente estudio, ya que, estos intentan cumplir con la normatividad establecida, el punto total se encuentra en todas aquellas cintas fílmicas que ni siquiera pasan por alguna entidad estatal para su autorización.

Sarah García Silberman sostiene que:

Ninguna investigación demuestra que los medios de comunicación generan violencia, pero sí que juegan un rol instrumental clave en la reproducción de los valores que propician la injusticia social y la inseguridad, Es reciente el abordaje integral del tema, que considera tanto aspectos de salud pública como socioeconómicos, y una previsión es que las medidas legales y policiacas contra la violencia deben corresponderse con políticas que reduzcan la pobreza y la inequidad, En este contexto, los medios de comunicación podrían favorecer una cultura de seguridad y confianza que sustituya a la del miedo.<sup>96</sup>

Por lo que, dentro del mercado informal, comercio ilegal o mercado negro, se encuentran títulos que no solo han sido objeto de censura o desaprobación por no cumplir los criterios establecidos por las entidades estatales en el país sino en otros países. Todo ello deriva no sólo en un detrimento patrimonial, sino que afecta directamente a los individuos, lamentablemente, como sucede derivado de las prioridades estatales, se superponen otras áreas económicas respecto a la concerniente a educación y cultura.

---

<sup>96</sup> **GARCIA SILBERMAN**, Sara, *Violencia y medios*, Editorial Cambio XXI, año 2004, México, Pág. 101.



Los recursos otorgados por el estado, son cada vez más raquíticos, lo que impide que se fortalezca el combate frontal y eficaz para erradicar esta práctica, que trastoca la vida de los individuos a niveles no determinados.

Actualmente, es fácil encontrar en cualquier banqueta un vendedor con cualquier cantidad de películas, desde las de estreno que cumplieron con la regulación, hasta aquellas que exponen la vida personal de los ahí grabados, van desde los temas más ingenuos pasando por robos, homicidios, secuestros, tortura, lenocinio, genocidio y sexo explícito en todas sus variantes, que bien, puede ver cualquier persona menor o mayor desde la pantalla en su hogar, sin que medie algún tipo de control o supervisión.

Aquí radica un problema que detona en las personas que, ante la práctica de comprar un boleto en una taquilla, pierde de vista que está acudiendo a un espectáculo que nace de la fantasía o la visión de un artista, lo que se percibe es una obra artística, creada para el entretenimiento y que su fin, no es el de impulsar a que esa fantasía se transforma en un acto de posible realización.

En esta frase se encuentra el mayor detrimento, que no resulta ser patrimonial, sino individual y por ende rompe con el tejido social tan resguardado, ya que, el individuo por el mecanismo de aprendizaje, capta en un bit de inteligencia imágenes e ideas que se implantan en la psique, sin que pueda ser protegido, y derive en la adopción de actos que no cumplen con las normas legales, morales, ni sociales.

Esto no es exclusivo del cine, también ocurre con la música, la publicidad, la prensa, los libros, series, programas sin que medie ningún órgano legítimo dotado de fuerza coercitiva para detener este tipo de conductas que fomentan la delincuencia y el rompimiento del tejido social.

## CAPÍTULO IV

### LA NECESIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD ESPECIALIZADA EN DELITOS EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

#### 4.1 Creación de la Unidad Especializada en Delitos en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión

Resulta necesaria la creación de la Fiscalía Especializada en Delitos en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en virtud de que, es necesario dotar a la sociedad de un defensor respecto de los contenidos que se transmiten al espectador.

Derivado de la escasa eficiencia y eficacia de las normas que actualmente se encuentran vigentes, ya que, solo tienen el alcance de una sanción pecuniaria y de forma administrativa.

Los Institutos reguladores, se conforman por consejos que bien pueden ser susceptibles de un punto de vista subjetivo, y no objetivo, con lo que se expone al espectador o receptor, a un incuantificable número de expresiones que no son acordes con la conformación de nuestra sociedad, lo que se traduce, en el rompimiento del tejido social en diversos ámbitos.

Ejemplificando este contexto, se tiene en cuanto a música, por mencionar alguno al cantante Maluma, quien a últimas fechas ha sido puesto en la mira al respecto la artista visual y activista Yolanda Domínguez, en una publicación en *The Huffington Post* índico que es machista y misógino.

“Domínguez analiza cada apartado del tema del cantante. “Cuatro Babys’ es toda una apología de violencia hacia las mujeres que las describe como meros cuerpos intercambiables y disponibles al servicio del deseo sexual ilimitado, irrefrenable e incontrolable de los varones”, asegura la escritora.

Pero eso no es todo, también se ha iniciado una petición en el portal Change.org para que sea retirado el video de los canales de distribución. “La canción y el videoclip ‘Cuatro Babys’, del cantante Maluma, es absolutamente denigrante para el género femenino”, explica Laura Pérez.

“Por favor, frenemos esto. Impidamos que se les de soporte a este tipo de contenido en canales de difusión masiva”, exhorta Pérez, quien ya cuenta con el apoyo de más de 18,000 firmantes.

Por su parte, Maluma ha respondido a las críticas, aunque no de forma directa, con un mensaje que compartió a través de su cuenta de Instagram. “¿Si hablaron de Jesucristo por qué te sorprendes cuando hablan de ti?”, pregunta el cantante”.<sup>97</sup>

Este es un claro ejemplo de que las instituciones no están resultando ser eficaces, los mensajes que se implementan son transgresoras a la vista de toda la comunidad, no sólo hace apología al adulterio, sino enfatiza que, es normal ser promiscuo sexualmente hablando, con lo que, se crea un estereotipo por demás negativo hacia los jóvenes, y a las jovencitas que ahora simplemente ven como algo normal compartir su sexualidad de esta manera, sin mediar la más mínima discusión acerca de la planificación familiar, e incluso trasgredir las políticas de salud pública provocando un campo fértil para las epidemias de transmisión sexual, al fomentar este tipo de expresiones “artísticas”.

Esta Institución deberá ser autónoma, técnica y operativa para investigar y perseguir delitos relacionados contra la comunidad, frente a la exposición de contenidos que hacen apologías de delitos, o transgreden la norma sustantiva en la Materia.

Contará con una estructura funcional de recursos humanos, suficientes para el correcto cumplimiento de sus funciones, así como, recursos presupuestales necesarios para el desarrollo de sus actividades.

---

<sup>97</sup> Véase: <http://peopleenespanol.com/celebridades/maluma-en-el-ojo-del-huracan-por-cuatro-babys/>

Deberá ser adherida a la Ley Orgánica de la Procuraduría General de la Republica.

Asimismo, se conformará con personal directivo, administrativo y auxiliar capacitado para el debido cumplimiento de las funciones, así como, con las unidades administrativas necesarias para el seguimiento de las investigaciones.

La Fiscalía tendrá incorporados agentes del Ministerio Público, especializados en combate a los hechos que la ley considera como delitos, y tanto el titular como su personal de confianza, agentes del Ministerio Público de la Federación, de la Policía Federal Ministerial, y peritos miembros del Servicio Profesional de Carrera, se encontrarían sujetos a la Ley General de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, así como al régimen especial de la materia.

## **4.2 Propuesta para la creación de una Unidad Especializada en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión**

Es menester identificar que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, contempla todo lo concerniente al marco legal de las concesiones, instalaciones e incluso se conforma un instituto regulador, sin embargo, dentro del cuerpo de todo el ordenamiento legal, solo se observa la figura de defensor de audiencias, que realmente no tiene más capacidad que de emitir su recomendación.

Existen en esta ley sanciones que deberán seguir el proceso que se contempla, y en caso de controversia seguir lo que dicta la Ley de Procedimiento Administrativo, entre sus sanciones severas se encuentran hasta la perdida de la concesión, sin embargo, estas siguen regulando exclusivamente al estado-concesionario- contenido transmitido.

Está dotada de algunas participaciones de las Secretarías de Estado, como la de salud, educación y cultura.

Añadiendo que, existe un mecanismo formal que protege al usuario en su calidad de consumidor de servicios a través de la Procuraduría Federal del Consumidor, sin embargo no contempla la protección del espectador (audiencia) de una afectación tras la transmisión de un contenido, esto es, no existe actualmente ordenamiento legal para denunciar las afectaciones que puedan ejercerse contra los concesionarios y el estado por la transmisión de contenidos poco adecuados para el sano desarrollo del individuo dentro de la sociedad, y menos aún de las conductas que hacen apologías que rompen con el tejido social, siendo incluso el Código Penal omiso en este tenor, ya que, carece por completo de un título especial para esto.

Si abordamos lo concerniente a la Carta Magna, es menester señalar que, si bien es cierto, protege la libertad de expresión con sus límites, estos límites no son más que letra muerta, ya que, en nuestro país de hecho, es casi irrelevante el hablar de un daño moral, y los requisitos son abrumadores, tan difíciles de comprobar que, pocos son los casos que se han llevado al respecto, y normalmente son en contra de los concesionarios en sus diferentes modalidades (editoriales, programas televisivos, o programas radiofónicos). Lo que, nos lleva a pensar que en aras de defender la libertad de expresión se permite cualquier expresión incluso el fomentar conductas antisociales explícitas de cualquier tipo.

De todo esto, es que, se motiva la creación de la Fiscalía que se propone, ya que existe un vacío legal en este sentido.

Esta laguna, ha dejado muchos casos fuera de todo orden legal, y lo podemos apreciar en ejemplos claros como son los narcocorridos, las series televisivas de narcotraficantes, la música que fomenta la misoginia o conductas poco propositivas de índole sexual, la transmisión recreada de homicidios, tortura, secuestro, violación de forma explícita, las telenovelas que muestran que una adolescente al ser víctima de una violación puede ser la líder de carteles y sobresalir en un mundo por demás antisocial.

La supervisión que el Estado tiene de todo esto es cuasi-nula de no ser por la prensa amarillista o la voz de algún analista que se deja al olvido, ya que ante la transmisión de todas estas expresiones y las ganancias millonarias que van a parar a manos de los concesionarios, resultan poco escuchadas e incluso apagadas entre todos los mensajes transmitidos.

Es importante dotar, a los consumidores finales (espectadores o audiencia) la protección adecuada de su integridad, ya que basta encender un botón en casa para que, cualquier medio de comunicación transmita contenidos insanos para los infantes o adolescentes, mismos que pueden ser hechos reales o imaginarios, sin que, exista una institución que los proteja, e incluso ocurre lo mismo frente a los adultos.

En este punto, se puede exponer que, incluso la pornografía ha quedado muy por debajo de la cantidad de contenidos agresivos, que si afectan la convivencia de los individuos en la sociedad, el ejemplo más errático y claro de observar es que, en Facebook se eliminan cuantas perfiles o sitios que muestran los pezones desnudos de una mujer argumentando contenido sexual ofensivo, y sin embargo, esta plataforma se encuentra saturada de imágenes de animales torturados, videos de animales encendidos vivos por adolescentes, clavados en madera, o bien siendo objeto de actos sexuales explícitos. Grupos en los que se fomentan estas conductas, e incluso se fomenta el suicidio o el homicidio, sin que sea bloqueado o dado de baja. El ejemplo claro que a últimas fechas vivimos es la masacre en un colegio de Nuevo León, donde un adolescente incluso dio aviso de llevar un arma a la escuela.

Es imperioso dotar al Estado, de una Unidad Especializada a nivel federal que verdaderamente atienda con fuerza coercitiva en materia Penal, el ejercicio de estas conductas que resultan ser inminentemente antisociales y contrarias a todo Derecho y moral que están desmembrando el tejido social.

Dicha Unidad Especializada perteneciente a la Procuraduría General de la República, estará dotada de las siguientes facultades, así como de supervisión en el actuar de los servidores públicos pertenecientes a dicha unidad; tal y como lo establece el Capítulo Tercero, De las Facultades Genéricas de los Titulares de las Unidades Administrativas y Órganos Desconcentrados, del Reglamento de la Ley Orgánica de la procuraduría General de la República, que a la letra dice:

**CAPÍTULO TERCERO  
DE LAS FACULTADES GENÉRICAS DE LOS TITULARES DE  
LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS Y ÓRGANOS  
DESCONCENTRADOS**

**Artículo 12.** Son facultades genéricas de los titulares de las unidades administrativas y de los órganos desconcentrados previstos en el artículo 3 del presente Reglamento, las siguientes:

I. Planear, programar, ejecutar, administrar, dirigir, dar seguimiento y controlar las labores a su cargo; establecer mecanismos de integración e interrelación que propicien el óptimo desarrollo de las responsabilidades que son competencia de la Procuraduría, así como formular los anteproyectos de programas y de presupuesto que, en su caso, les correspondan;

II. Organizar, coordinar y dirigir las actividades del personal a su cargo, las unidades administrativas y los órganos desconcentrados que le estén adscritos, así como distribuir entre éstos, de conformidad con las disposiciones aplicables, las funciones inherentes al cumplimiento de sus atribuciones y participar en la evaluación de su desempeño;

III. Determinar la rotación de los miembros del Servicio de Carrera que tengan adscritos e informar de los movimientos realizados a la Dirección General del Servicio de Carrera y a la Dirección General de Recursos Humanos y Organización, en los términos de las disposiciones aplicables;

IV. Ejercer y supervisar las facultades que correspondan a las unidades administrativas y órganos desconcentrados que le estén adscritos, sin perjuicio de que sean desempeñadas por sus respectivos titulares;

V. Acordar con su superior jerárquico el despacho de los asuntos de las unidades administrativas y órganos desconcentrados que le estén adscritos y del personal a su cargo, así como desempeñar las funciones y comisiones que le sean encomendadas o delegadas por aquél, e informarle sobre su cumplimiento;

VI. Someter a consideración de su superior jerárquico los estudios y proyectos que se elaboren en las unidades administrativas y órganos desconcentrados que tenga adscritos;

VII. Supervisar, vigilar e inspeccionar que las unidades administrativas y personal a su cargo ajusten su actuación a las disposiciones jurídicas aplicables, y se sujeten al marco estratégico de gestión de la Procuraduría, así como que, en los asuntos de su competencia se dé cumplimiento a los programas y políticas institucionales aplicables;

VIII. Proponer las medidas necesarias para la modernización, simplificación y mejoramiento en las unidades administrativas y órganos desconcentrados que tenga adscritos, de acuerdo con las normas aplicables y las políticas institucionales;

IX. Solicitar y proporcionar a las unidades administrativas y órganos desconcentrados de la Procuraduría, la información y cooperación requerida para el ejercicio de sus funciones, de conformidad con las normas aplicables y políticas institucionales, así como a otras instituciones cuando sea procedente con fundamento en la legislación aplicable;

X. Suscribir los documentos relativos al ejercicio de sus facultades y aquellos que les sean asignados por delegación o les correspondan por suplencia;

XI. Proponer y proporcionar información sobre los temas materia de su competencia, para su inclusión en la página de internet de la Procuraduría, y actualizar la misma;

XII. Proponer la celebración de los instrumentos jurídicos previstos por el artículo 6, fracciones IX y X, de la Ley Orgánica;

XIII. Emitir o suscribir instrumentos jurídicos que faciliten su funcionamiento y operación, de conformidad con el artículo 7 de la Ley Orgánica;

XIV. Expedir copias certificadas de los documentos materia de su competencia que obren en sus archivos, de conformidad con las disposiciones aplicables;

XV. Proponer los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y ejercer el presupuesto que les sea asignado de conformidad con las disposiciones aplicables;



XVI. Intervenir, sin perjuicio de las atribuciones del Procurador y lo establecido por las disposiciones que rigen el Servicio de Carrera, en el reclutamiento, selección, nombramiento, desarrollo, profesionalización, certificación, promoción y adscripción del personal a su cargo;

XVII. Fomentar la participación del personal a su cargo en las actividades académicas de formación, capacitación, actualización, especialización, desarrollo humano y adiestramiento, en su caso; así como supervisar su cumplimiento y aprovechamiento de acuerdo con lo que se establezca en el Sistema de Profesionalización;

XVIII. Autorizar, dentro del ámbito de su competencia, permisos y licencias de conformidad con las necesidades del servicio, la Ley Orgánica, las demás disposiciones aplicables y, en el caso de personal de base, las condiciones generales de trabajo de la Procuraduría;

XIX. Presentar ante la Visitaduría General las quejas por conductas presuntamente constitutivas de responsabilidad administrativa del personal ministerial, policial o pericial a su cargo, en términos del artículo 66 de la Ley Orgánica. Las quejas deberán ser presentadas por los titulares de las unidades administrativas y órganos desconcentrados, a más tardar dentro de los 30 días siguientes a que tomen conocimiento de las conductas irregulares. El incumplimiento a la presente disposición será sancionado en términos de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, pero la presentación de las quejas fuera de este término no implicará preclusión o caducidad de la atribución, ni prescripción de la responsabilidad del infractor;

XX. Iniciar, instruir y resolver los procedimientos de responsabilidad administrativa del personal ministerial, policial o pericial a su cargo, cuando reciban de la Visitaduría General la vista que corresponda como consecuencia de las visitas o investigaciones que haya practicado, e imponer cuando resulte acreditada la responsabilidad del servidor público las sanciones a que se refiere el artículo 67, fracciones I, II y III, de la Ley Orgánica, haciendo del conocimiento del Visitador General, para efectos de su registro, la información relativa al inicio, trámite y conclusión de los procedimientos, así como los medios de defensa promovidos y su resolución. Los titulares de las unidades administrativas y órganos desconcentrados deberán iniciar los procedimientos sancionatorios a más tardar dentro de los 30 días siguientes a que reciban de la Visitaduría General las vistas respectivas.

El incumplimiento a la presente disposición será sancionado en términos de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos, pero el inicio de los procedimientos fuera de este término no implicará preclusión o caducidad de la atribución, ni prescripción de la responsabilidad del infractor.

XXI. Iniciar los procedimientos de separación del Servicio de Carrera del personal que le esté subordinado cuando deje de cumplir los requisitos de permanencia, mediante la queja que presenten ante el Consejo, así como determinar, cuando lo estimen conveniente, y previo acuerdo con su superior jerárquico, la suspensión del servidor público hasta en tanto el Consejo resuelva lo conducente; Los titulares de las unidades administrativas y órganos desconcentrados deberán presentar las quejas ante el Consejo de Profesionalización a más tardar dentro de los 30 días siguientes a que tomen conocimiento del incumplimiento de algún requisito de ingreso o permanencia. El incumplimiento a la presente disposición será sancionado en términos de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos; Fe de erratas al párrafo DOF 21-09-2012

XXII. Registrar los asuntos a su cargo, darles seguimiento y elaborar análisis y estadísticas de los mismos, con los procedimientos y sistemas autorizados para tal efecto en la Procuraduría;

XXIII. Participar, en el ámbito de su competencia, en el sistema de planeación e innovación gubernamental de la Institución;

XXIV. Participar en los comités de la Procuraduría de los que sean miembros, de conformidad con sus atribuciones y las disposiciones aplicables;

XXV. Remitir la información necesaria para mantener actualizados los registros del personal de la Institución y de recursos materiales, mediante los mecanismos institucionales correspondientes;

XXVI. Formular propuestas para lograr la cooperación con diversos organismos públicos, sociales y privados, tanto nacionales como extranjeros, para fortalecer y consolidar las funciones de su responsabilidad;

XXVII. Remitir a la Coordinación de Planeación, Desarrollo e Innovación Institucional y al Centro Nacional de Planeación, Análisis e Información para el Combate a la Delincuencia, la información y estadística necesarias para el ejercicio de sus atribuciones, mediante los mecanismos institucionales idóneos y de conformidad con las disposiciones aplicables y el marco estratégico de gestión;

XXVIII. Coadyuvar, en su caso, y dentro del ámbito de sus facultades, con la Dirección General de Asuntos Jurídicos, en el ejercicio de la acción de extinción de dominio y demás atribuciones que le corresponden al Ministerio Público de la Federación de conformidad con la Ley Federal de Extinción de Dominio, Reglamentaria del artículo 22 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y demás disposiciones aplicables;

XXIX. Coadyuvar, en su caso, y dentro del ámbito de sus facultades, en la integración y actualización del registro de detenidos de la Procuraduría;

XXX. Remitir a las Delegaciones, unidades o fiscalías especializadas o de investigación creadas mediante Convenio o Acuerdo, así como a las Subprocuradurías, las indagatorias relacionadas con delitos materia de su competencia, para su prosecución, de conformidad con las normas y políticas institucionales, o cuando así lo determinen el Procurador o el Subprocurador respectivo;

XXXI. Ejercer el mando directo e inmediato sobre el personal que le esté adscrito, y

XXXII. Las demás que, en cada caso, les confieran otras disposiciones, su superior jerárquico o el Procurador. Artículo 13. Son facultades genéricas de los titulares de las unidades especializadas previstas en el artículo 3 de este Reglamento y las fiscalías, así como de las creadas por Acuerdo del Procurador, en términos de lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 14 de la Ley Orgánica, adicionalmente a las contempladas en el artículo anterior, las siguientes:

I. Sistematizar y utilizar para el cumplimiento de sus atribuciones la información contenida en las averiguaciones previas y procesos respectivos, relacionados con asuntos de su competencia, en coordinación con el Centro Nacional de Planeación, Análisis e Información para el Combate a la Delincuencia y las demás áreas competentes de la Procuraduría;

II. Ordenar la detención y, en su caso, retención de los probables responsables en los términos del artículo 16 de la Constitución;

III. Establecer mecanismos de colaboración y coordinación con las Delegaciones, unidades o fiscalías especializadas o de investigación creadas mediante Convenio o Acuerdo y las autoridades de las entidades federativas, en las investigaciones y diligencias que practique, relacionadas con los delitos materia de su competencia, de conformidad con las normas aplicables y políticas institucionales o cuando así lo determinen el Procurador o el Subprocurador respectivo;

IV. Brindar asesoría y apoyo a las Delegaciones, unidades o fiscalías especializadas o de investigación creadas mediante Convenio o Acuerdo y autoridades de las entidades federativas, en la investigación y persecución de los delitos materia de su competencia;

V. Conocer de los asuntos que tengan a su cargo las Delegaciones, relacionados con los delitos materia de su competencia, de conformidad con las normas aplicables y políticas institucionales o cuando así lo determinen el Procurador o el Subprocurador respectivo;

VI. Ejercer la facultad de atracción para la investigación y persecución de delitos del fuero común que tengan conexidad con delitos federales materia de su competencia;

VII. Autorizar los acuerdos de reserva, incompetencia, acumulación y separación de las averiguaciones previas a su cargo;

VIII. Establecer mecanismos de coordinación con las unidades administrativas que tengan a su cargo el control y seguimiento de las averiguaciones previas y de los procesos penales federales, a fin de perfeccionar el ejercicio de la acción penal, y facilitar las actuaciones procesales que deban desahogarse ante los órganos jurisdiccionales;

IX. Coordinarse con las Delegaciones en las investigaciones y diligencias que practique en el ámbito territorial respectivo, relacionadas con los delitos materia de su competencia, de conformidad con las normas aplicables y políticas institucionales o cuando así lo determinen el Procurador o el Subprocurador respectivo, así como brindar asesoría y apoyo a aquéllas;

X. Proponer a su superior jerárquico, en coordinación con las unidades administrativas y órganos desconcentrados de la Institución, políticas, estrategias y líneas de acción para combatir los delitos materia de su competencia; y

XI. Las demás que, en cada caso, les confieran otras disposiciones, su superior jerárquico o el Procurador.

En resumen, podemos decir que esta unidad estará dotada de diversos instrumentos jurídicos, coercitivos, ligados a materia penal para que, se resarza el daño psico-emocional que genere la transmisión de apologías que lleven a los sujetos a romper el orden y por ende el tejido social.

## CONCLUSIONES

**Primera.** Es evidente que los medios de comunicación surgieron por la necesidad de intercambiar no solo información sino productos de unas personas a otras, su función primordial fue estandarizar conceptos que permitieran homologar criterios morales, sociales, de comercio y de cualquier área del conocimiento.

**Segundo.** Las comunicaciones masivas se desarrollaron a partir de que, en las diversas sociedades y naciones, surgió el requerimiento de transaccionar productos, inminentemente la Primera y Segunda Guerra Mundial detonó su explotación masiva, creándose las diferentes clasificaciones de los medios de comunicación que surgieran con el crecimiento poblacional.

**Tercero.** Resulta imperioso que, para que la comunicación sea efectiva los emisores y receptores, cuenten con un concepto previo de entendimiento que les permita comunicarse para obtener lo que buscan introducir en el mensaje teniendo como resultado respuesta a través del estímulo originado.

**Cuarto.** Enfocando a los medios de comunicación dentro de la legislación en nuestro País, resulta imperioso notar que, se destaca desde el canal de emisión como parte de los bienes del Estado, así como sus concesiones y las condiciones para hacer rentable a particulares esta concesión de los canales de comunicación.

**Quinto.** En cuanto a la emisión de mensajes, es importante destacar que, estos se encuentran protegidos en las garantías constitucionales bajo el concepto de libertad de expresión y de imprenta, sin embargo, las garantías individuales bajo ninguna circunstancia pueden o deben oponerse al bien superior de la colectividad, por lo que, la garantía consagrada no debe ser rebasada afectando los diferentes límites con respecto a terceros.

**Sexto.** En nuestro ordenamiento, se contempla el uso del Estado de los medios de comunicación con motivo de informar de las políticas públicas, así como, de la comercialización de los tiempos y espacios de dichos medios de comunicación y en cada ordenamiento se expone la sanción pecuniaria, que se impone en caso de rebasar los derechos conferidos en los ordenamientos.

Sin embargo, este límite se encuentra excedido por los hechos cotidianos, ya que en muchos de los casos el derecho al normal desarrollo de los individuos y la garantía de protección a su integridad psicoemocional se ve rebasado de hecho, es en este punto donde se encuentra un vacío legal importante que deja en estado de indefensión a los espectadores o también llamados receptores de los mensajes que se transmiten en cualquier canal de los medios de comunicación.

**Séptimo.** En este sentido, resulta imperioso denotar que, para establecer un criterio jurídico respecto del cualquier tema, el Derecho debe allegarse de elementos que aportan otras áreas del conocimiento como la Psicología, Lingüística, Pedagogía, Neurolingüística, Sociología, ya que sin la aportación que los estudios respecto al comportamiento de las conductas humanas el Derecho carecería de eficacia para aportar la equidad igualdad y protección a los individuos en sociedad, que es, la razón fundamental de su aplicación y existencia.

**Octavo.** Es importante, en el proceso de la comunicación y de los medios de comunicación, comprender como es que, los individuos adquieren el conocimiento y el impacto de este mecanismo para que logremos entender el alcance de los mensajes que ahora aportan los medios de comunicación y la consecuencia que puede llegar a desencadenar, pues como bien se expone, un mensaje puede ocasionar desde un estado de bienestar hasta una catástrofe por negligencia el el uso de los medios de comunicación y de los mensaje que ahí se emiten.

**Noveno.** Actualmente, los medios de comunicación han sido rebasados, ya que el objetivo para los que fueron creados se han extralimitado, sin que, alcancemos a notar claramente cual es el papel que juegan dentro de la conformación de los estereotipos y criterios para que, los individuos adopten conductas y lleven a cabo actos que en cualquier forma pueden contravenir las normas tanto morales como de derecho.

La explotación indiscriminada de estos medios de comunicación y con la globalización de la información es posible en minutos que cualquier persona se vea inmersa en conceptos distantes de los que lo rodean en su entorno.

Al adquirirlos de forma tácita se permean actitudes, formas y hechos que pueden llevar a la desintegración de su núcleo familiar y social, generando el rompimiento del tejido social, si esto ocurre en un mecanismo pequeño que se va sumando en diferentes personas y diversos lugares geográficos.

La consecuencia puede ser fatal ya que, se está desencadenando que se adopten el la realidad conductas que quizá solo eran la propuesta de una fantasía en la cabeza del emisor, artista o realizador, lo que conlleva a la realización de la ficción que puede ir en contra de cualquier cánón de convivencia social.

**Décimo.** Derivado de esta realidad de hecho, que actualmente se vive en cualquier comunidad, escuela y sistema social en nuestro país resulta indispensable y fundamental la creación de la Unidad Especializada en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que garantice la protección de los espectadores de los mensajes de los medios de comunicación.

**Décimo Primero.** Donde su finalidad sea no confundir la libertad de expresión consagrada en la Constitución con la necesidad de recurrir a apologías para sustentar un criterio artístico o una propuesta artística.

**Décimo Segundo.** Resulta necesario que, las conductas que investigue esta unidad especializada, no dependa de una denuncia o querrela, sino que sea de oficio su intervención, en virtud de que debemos entender que el Derecho protegido por esta Unidad no es individual sino un Derecho colectivo no susceptible de apropiación, en este sentido de debe vigilar que los contenidos de los mensajes emitidos en los medios de comunicación, así como las imágenes y proyecciones, se dirijan de la forma correcta en los parámetros establecidos, y con las condicionantes que, para ellos fueron establecidas, y que, no solo que, queden como una sanción pecuniaria a las cadenas concesionarias de los espectros radiales o de televisión por la transmisión de ellos, sino que, se dote de facultad coercitiva, para que se persiga de oficio a los responsables de la transmisión de mensajes que no son aptos para las audiencias, en los esquemas que establece la ley.

**Décimo Tercero.** Debemos entender, que la importancia de esta Unidad radica en la prevención del delito, ya que la política en la que el estado debe invertir recursos es en la prevención, si tenemos un contexto social positivo en el que se establezcan políticas públicas saludables con mensajes saludables, acorde a las audiencias, tendremos ciudadanos aptos de seguir reglas, mantener orden, la salud psico-emocional y sexual. Es bien conocido por los diferentes juristas que el crear más centros de detención donde se compurguen penas no ha sido eficaz para detener la comisión de los delitos, resulta importante apostar a la prevención.

En este sentido, resulta difícil para el Estado fortalecer esta tendencia, si los medios de comunicación no suman el esfuerzo por evitar emitir mensajes violentos, de alto contenido sexual, o en los que se hacen apologías referentes al delito en horarios en los que los infantes pueden llegar a percibirlos como normales y posibles.

Es éste el punto fundamental de la acción de esta Unidad, sancionar coercitivamente a las persona físicas responsables de la emisión de mensajes no aptos para las audiencias según lo establece la norma.



Derivado de que actualmente se emiten cualquier mensaje a cualquier hora y que en realidad como representa una sanción a los concesionarios a través de una multa de carácter pecuniario, sin que el responsable de permear dichos mensajes sea imputado del daño que de hecho realiza en una cantidad incuantificable de persona que reciben ese mensaje, imagen o proyección.

**Décimo Cuarto.** Para respaldar el funcionamiento de esta Unidad Especializada que se propone, se debe insertar un artículo en la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en el que se contemple la pena corporal, para quien la persona física que emita contenidos inapropiados en los horarios no aptos para las audiencias, según la clasificación que el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión, en su artículo 54 en sus diferentes fracciones.

Para lo que, se propone la siguiente adición a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión:

Artículo 190-A.- Al que omita o lleve a cabo acción o actos que contravengan lo dispuesto en el artículo 24 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión se le impondrán las siguientes penas:

- I.- De uno a dos años de prisión si la acción u omisión violenta la fracción V.
- II.- De dos a cuatro años de prisión si la acción u omisión violenta la fracción IV.
- III.- De tres a cinco años de prisión si la acción u omisión violenta la fracción III.
- IV.- de cuatro a seis años de prisión si la acción u omisión violenta la fracción II, y
- V.- De cinco a nueve años de prisión si la acción u omisión violenta la fracción I.

En todos los casos el responsable deberá pagar una multa que puede ir de 1,000 hasta 5,000 unidades de medida y actualización como reparación de daño a la sociedad. Multa que deberá ser transferida a los organismos institucionales de fomento a la educación y/o asistencia pública de salud.

Las sanciones corporales se incrementarán dos años si el sujeto cuenta con licenciatura en comunicaciones.

## Bibliografía

### Libros:

1. BERLO, David K. **“El proceso de la comunicación Introducción a la teoría y la práctica”**. Editorial Ateneo, México. Año 1992.
2. COHEN Seat G. **“La influencia del cine y la televisión”**. Breviarios, Editorial Fondo de Cultura Económica, Año 1977.
3. DUNAD, Jaques. **“El cine y su público”**. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona España, año 1962.
4. FIGUEROA, Romero, **“¡Qué onda con la radio!”**, Editorial Longman de México Editores, S.A. de C-V. Alhambra Mexicana, México, Año 1997.
5. GARCÍA ESCUDERO, José María. **“Vamos a hablar de Cine”**. Editorial Salvat, España, año 1971.
6. GARCIA SILBERMAN, Sara. **“Violencia y medios”**. Editorial Cambio XXI, año 2004, México.
7. GONZÁLEZ ALONSO, Carlos. **“Principios Basicos de Comunicación”**. Editorial Trillas S.A. de C.V., México, Año 1984.
8. IGLESIAS, Julian. **“Miniaturas Históricas”**. Editorial Ariel, México 2003.
9. KLAUSESMELERR, Herbert. **“Psicología Educativa”**. Editorial Harla, año 1978.
10. MARISCAL, Mauricio. **“Manual del Proceso de la Información”**. Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C., Mexico, Año 2008.

11. MATTRLART, Armand. **“Agresión desde el espacio”**. Editorial Siglo XXI, Chile, año 1973.
12. MC. QUAIL, Denis. **“Sociología de los Medios Masivos de Comunicación”**. Editorial Paidós, Buenos Aires, año 1979.
13. MÉRTINEZ - SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. **“Cine e inmigración: otra ventana abierta para el debate”**. La inmigración sale a la calle: comunicación y discursos políticos sobre el fenómeno migratorio/coord. por Francisco Checa y Olmos, Huelva España, Año 2008.
14. MIRALLES, Ana María. **“Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana”**. Editorial Norma. Buenos Aires 2002.
15. MOLE, John W. **“La revolución de las comunicaciones”**. Colección de los Tiempos No.1. México, Año 1971.
16. NOGUERA YANES, Sandra Milena. **“El cine: transmisor de estereotipos, creador de prejuicios”**. (Primer Premio) fue publicado de la página 64 a 65 en Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°69, Argentina, Año 2015.
17. PAOLI, Antonio. **“Comunicación”**. Editorial Trillas, México, Año 1975.
18. PECARI, Franco. **“Cine forma y método, Colección Punto y Línea”**. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, año 1978.
19. PÉREZ, Adán José. **“Cine y sociedad, prácticas de ciencias sociales”**. Ediciones Universitarias, México, año 2005.
20. PONTI, Valery. **“Historia de las Comunicaciones”**. Editorial Salvat Editores, S.A. México, Año 1965.

21. SANDOUL, George. **“Historia del Cine Mundial desde los orígenes”**. Editorial Siglo XXI, México, Año 2004.
22. SCHRAMM, Wilbur. **“La Ciencia de la Comunicación Humana”**. Editorial Roble, México, Año 1975.
23. SCHRANK, Jafrey. **“Anuario Estadístico de cine mexicano Mexicano 2015”**. Secretaria de Cultura. Comprendiendo los medios de comunicación, Editorial Publigráficos S.A, México, Año 1989.
24. TUDOR, Andrew. **“Cine y comunicación social”**. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, año 1975 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, año 1975.
25. UMBERTO, Barbaro. **“El cine y el desquite Marxista”**. Colección punto y línea, Editorial Gustavo Gilli, México, año 1977.

## **Revistas:**

1. MÉRTINEZ - SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. **“El cine, otra ventana al mundo”**. Revista Comunicar 18, año 2002.
2. MÉRTINEZ - SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. **“El lenguaje vivo de los medios de comunicación”**. Un paso más para la lectura crítica. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación. Huelva España, año 2001. n. 17.
3. MÉRTINEZ - SALANOVA SÁNCHEZ, Enrique. **“Cine: estereotipos, modelos y miradas para una visión positiva y crítica hacia la coeducación”**. Revista Comunicar Publicación trimestral de la Federación Andaluza de Centros de Estudios Privados. Huelva, España, Año 1997.

## Enciclopedia:

1. **“Wikipedia la Enciclopedia Libre”**. Fundación Wikimedia Inc. 3 abril 2017. Visible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n)
2. **“Wikipedia la Enciclopedia Libre”**. Fundación Wikimedia Inc. 3 abril 2017. Visible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Estimulaci%C3%B3n\\_temprana](https://es.wikipedia.org/wiki/Estimulaci%C3%B3n_temprana)
3. **“Wikipedia la Enciclopedia Libre”**. Fundación Wikimedia Inc. 3 abril 2017. Visible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Agencias\\_de\\_medios#cite\\_note-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Agencias_de_medios#cite_note-1)

## Legislación:

1. **“Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”** (1917), última reforma en el Diario Oficial de la Federación, 27 abril del 2010.
2. **“Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”**, Cámara de Diputados, LXIII Legislatura. Última reforma publicada el 27 de enero de 2017. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftr.htm>
3. **“Ley de Cinematografía”**, Cámara de Diputados del H Congreso de la Unión. Última reforma publicada el 17 de diciembre de 2015. Visible en [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103\\_171215.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf)
4. **“Ley Sobre Delitos de Imprenta”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 4 de noviembre del 2015. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ldi.htm>

5. **“Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 18 de diciembre de 2015. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lsprem.htm>
6. **“Ley que crea la Agencia de Noticias del Estado Mexicano”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 2 de junio de 2006. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lanem.htm>
7. **“Ley General de Vías de Comunicación”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 18 de diciembre de 2015. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lvgc.htm>
8. **“Ley General de Bienes Nacionales”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 1 de junio del 2016. Visible en
9. **“Ley Federal de Procedimiento Administrativo”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 9 de abril de 2012. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpa.htm>
10. **“Código Civil Federal”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última reforma publicada el 24 de diciembre de 2013. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ccf.htm>

11. **“Código Federal De Procedimientos Civiles”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Ultima reforma publicada el 9 de abril de 2012. Visible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cfpc.htm>
12. **“Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión”**. Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Texto vigente, nuevo Reglamento publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2002. Visible en [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg\\_LFRT\\_MCPCTRT.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFRT_MCPCTRT.pdf)
13. **“Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía”**, Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Texto Vigente Nuevo Reglamento publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de marzo de 2001. Visible en [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg\\_LFCine.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFCine.pdf)

## **Diccionarios:**

1. **“Diccionario Real Academia Española”**, año 2017, Madrid España. Visible en <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c> y <http://dle.rae.es/?id=GqSjqfE>
2. **“Diccionario”**. Definición de Autor Pérez Porto Julián año 2008. Visible en <http://definicion.de/comunicacion/>

## **Páginas WEB:**

1. [http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicación /](http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicación/)
2. [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/integrantes\\_de\\_comisionlxiii.php?comt=16](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/integrantes_de_comisionlxiii.php?comt=16)



3. [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII\\_leg/cuadro\\_asuntos\\_por\\_comisionlxiii.php?comt=16](http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/cuadro_asuntos_por_comisionlxiii.php?comt=16)
4. <http://www.compartelibros.com/autor/glenn-doman/1>
5. <http://www.disanedu.com/index.php/metodo-glenn-doman/bits-de-inteligencia>
6. <http://sociologos.com/2014/05/15/los-medios-de-comunicacion-nos-presentan-una-realidad-social-cuales-son-los-criterios-para-formar-esa-realidad/>
7. <http://www.forbes.com.mx/luis-estrada-cineasta-incomodo-provocador-y-privilegiado/#gs.IWWZPZs>
8. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/cartagena/53jrg.htm>
9. <http://cinemexicano.mty.itesm.mx/directores/bunuel.html>
10. <https://signosmutantes.wordpress.com/2013/06/03/tema-4-el-cine-reflejo-de-una-realidad/>
11. <http://clio.rediris.es/n32/historiaycine/historiaycine.pdf>
12. <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/2006/06/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>
13. <http://ccmatienzo.com.ar/wp/critica-de-cine/>
14. <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/7726-la-critica-y-la-resena-cinematografica-en-mexico.html>
15. <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/7726-la-critica-y-la-resena-cinematografica-en-mexico.html>

16. <http://www.agenciasdemedios.com/wp-content/uploads/Guia-tecnica-marketing-publicidad.pdf>
17. <http://pyme.lavoztx.com/cmo-comercializar-tu-producto-en-la-televisin-8456.html>
18. <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2015/12/22/distribucion-cine-mexico-controlada-estudios-extranjeros>
19. <https://revistatoma.wordpress.com/2010/08/25/analisis-de-la-distribucion-y-la-exhibicion-filmica-en-mexico/>
20. <http://aristeguinoticias.com/1211/mexico/cinemex-cinapolis-el-nuevo-duopolio-en-mexico/>
21. <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Comunicacion/Agencia-de-Noticias/2016/03-Marzo/30/2474-Necesario-regular-contenidos-de-medios-pero-sin-violentar-la-libertad-de-expresion-Plascencia-Pacheco>
22. [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=39412&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=39412&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
23. <http://www.mural.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=840203&md5=4af8aa02f9b76878a9bc9338b9bbdf72&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
24. <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=829201&md5=8490b8ff38197019645ef447824089f2&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
25. <http://peopleenespanol.com/celebridades/maluma-en-el-ojo-del-huracan-por-cuatro-babys/>