

272
2ci

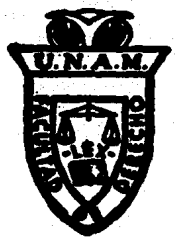


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

**LA ENAJENACION MASIVA A TRAVES DE
LA TELEVISION MEXICANA.**

T E S I S
QUE PARA OBTENER LA
LICENCIATURA EN DERECHO
P R E S E N T A :
NORA MARIA FRANCO GONZALEZ



MEXICO, D. F.

1987



FACULTAD DE DERECHO
SECRETARIA AUXILIAR DE
EXAMENES PROFESIONALES



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 está 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.

LA ENAJENACION MASIVA A TRAVES DE LA
TELEVISION MEXICANA

	P á g i n a s
Introducción:	1 - 3

CAPITULO I

La Televisión en México.

1.1 C o n c e p t o	4 - 6
1.2 Desarrollo Histórico de la Televisión -- Mexicana.....	7 -25
1.3 Antecedentes Jurídicos	26-39
1.4 I m p o r t a n c i a	40-43

CAPITULO II

Marco Jurídico de la Televisión Mexicana.

2.1 Nuestra Constitución Política y la - - -- Televisión	44-59
2.2 Ordenamientos Legales que Regulan a la -- Televisión	60-75
2.3 Ley Federal de Radio y Televisión	76-91

2.4	Organos Administrativos Encargados de la-Vigilancia y Aplicación de las Normas que Regulan a la Televisión	92 - 98
-----	--	---------

CAPITULO III

Características de la Programación Televisiva en nuestro País (Contenido).

3.1	Clasificación de la Programación: A, B y C	99-107
3.2	C u l t u r a l	
	a- Educativo	108-119
	b- Orientación Social	120-121
3.3	I n f o r m a t i v o	122-130
3.4	P u b l i c i t a r i o	131-141
3.5	R e c r e a t i v o	142-160

CAPITULO IV

La Manipulación Masiva en las Emisiones Televisivas, en sus aspectos:

4.1	Aspecto Cultural	161-168
4.2	Aspecto Informativo	169-176
4.3	Aspecto Publicitario	177-182
4.4	Aspecto Recreativo	183-198

4.5 Aspecto Político	199-206
C o n c l u s i o n e s	207-211
B i b l i o g r a f í a	212-217

I N T R O D U C C I O N

La enajenación masiva generada a través de la televisión, es un tema de apasionado interés al que debe dársele la importancia real que su problemática implica, con objeto de que mediante estudios sociológico-jurídicos se busquen soluciones que eviten los efectos que actualmente se han producido en nuestro país sobre el público receptor.

Nuestro interés por tratar este tema, se originó en razón de que nos hemos percatado de los efectos suscitados en la sociedad por esta causa y que afecta por igual a niños, adolescentes y adultos, sin importar sexo, condición económica, nivel cultural, religión, etcétera, ya -- que observamos que los patrones culturales y de conducta que adoptan los individuos, en gran parte se deben por la influencia de la televisión, pues a través de ella se -- incita al público al consumismo y al vicio, se implantan modas e incluso maneras de expresarse y de comportamiento de la identidad nacional.

Nuestro objetivo es analizar el engranaje que constituye el negocio de la televisión en nuestro país, para -- precisar en la medida de lo posible los factores que dan lugar a la manipulación que se ejerce sobre las masas, lo cual provoca su enajenación. Esto con la finalidad de encontrar soluciones al problema que representa para la --

sociedad mexicana el libertinaje con que funcionan los -- consorcios televisivos del país al efectuar sus transmisiones.

Igualmente, analizamos los diversos Ordenamientos legales que tienen relación con este medio de comunicación; por lo que para tal efecto y aunque en forma breve, nos referimos a cada uno de ellos, ya que consideramos que es importante tener presente la manera en que trata la ley -- estos aspectos, pues como se apunta en su oportunidad, -- existen disposiciones legales que podemos considerar como letra muerta, toda vez que no son observadas por los concesionarios y los permisionarios que operan Canales de -- televisión, ni tampoco las autoridades del Estado encargadas de su vigilancia y aplicación, se preocupan por hacerlas cumplir. Así también, señalamos la necesidad de adaptar a la realidad actual algunas normas jurídicas que -- debido al avance natural de nuestra sociedad, resultan -- anacrónicas al presente que vivimos.

En otro aspecto, proponemos la urgente necesidad de reglamentación de diferentes situaciones de hecho, que han escapado de . regulación legal.

Así pues, consideramos que el Estado debe tomar cartas en el asunto en forma total y responsable, pues de la solución de estas irregularidades, dependerá en gran parte el desarrollo de nuestra sociedad en sus diferentes aspectos, ya que en la medida de que nuestro país deje de -- estar sometido a esta forma de control, el individuo estará en condiciones de afrontar positivamente los problemas

que se le presenten libre de influencias negativas de es
te orden, con lo cual opinamos que se lograría la supera
ción personal del ciudadano y con ello la de la familia,
la que por el hecho de ser la célula básica que confor
ma a la sociedad, su progreso implicaría en la misma pro
porción la del grupo social a que pertenece y por conse-
cuencia lógica, la del país mismo.

**"AL PUBLICO NO DARLE LA TELEVISION
QUE PIDE SINO LA QUE NECESITA".**

**ANTONIO LAMADRID
PERIODISTA**

C A P I T U L O I

LA TELEVISION EN MEXICO

1.1 C O N C E P T O

1.2 DESARROLLO HISTORICO DE LA TELEVISION

1.3 ANTECEDENTES JURIDICOS

1.4 I M P O R T A N C I A

1.1 C O N C E P T O

Dentro del progreso de la humanidad y desde sus orígenes, consideramos que la televisión es uno de los más grandes logros que ha alcanzado el hombre, ya que ha contribuido en gran medida al conocimiento y desarrollo de la tecnología y de la ciencia y, además, al conocimiento pleno de las interrelaciones humanas desde diversos ángulos con los que se integran, como son el cultural, económico, educativo, social y político, asimismo, sirviendo como medio de información e informador de la opinión pública, ejerciendo influencia, por ende, en la vida de cualquier país del orbe como en el caso de México y, no sólo eso, sino que además es un medio económico de diversión y esparcimiento familiar, lo cual es importante en estos tiempos de crisis económica por los que atraviesa nuestro país; pero como lo señalaremos en el desarrollo del presente trabajo, ha sido manipulado en provecho de intereses mezquinos por grupos minoritarios económicamente poderosos.

En principio, consideramos importante precisar la connotación del vocablo televisión, el cual abordaremos desde diversos puntos de vista:

ETIMOLOGIA DEL VOCABLO.- La palabra televisión se compone por dos vocablos (tele y visión) "tele del griego -- -- ~~que~~ elemento compositivo que entra en la formación de -- algunas voces españolas con el significado de lejos." (1)

(1).- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española
1a, Madrid, España, 1970, p. 317.

"Visión, prisma o sistema óptico que llevan ciertos aparatos de mano y sirve para enfocarlos rápidamente."(2)

En base a su raíces etimológicas este vocablo tiene el siguiente significado:

"TELEVISION (del Gr. tele, lejos y de visión); -- transmisión de la imagen a distancias, valiéndose de -- corrientes eléctricas;..."(3)

"TELEVISION (Gr. tele, lejos y visión) transmisión de imágenes visuales y oscuras a distancia, valiéndose de corrientes eléctricas..."(4)

"TELEVISION, transmisión de imágenes ópticas a distancia y valiéndose de ondas eléctricas..."(5)

En nuestra opinión, consideramos a la televisión como el medio de comunicación que sirve para difundir a -- distancia y dirigiéndose a un público indeterminado, la imagen acompañada del sonido, transmitida mediante ondas eléctricas.

(2).- Idem.

(3).- Diccionario Léxico, WM. Jackson, México, D.F., -- 1980, Tomo II, p. 453.

(4).- Enciclopedia del Idioma, Aguilar, Madrid, 1958, -- Tomo III, p. 275.

(5).- Diccionario Manual e Ilustrado de la Lengua Española, Espasa Calpe, Madrid, España, 1950, p. 296.

Establecido el concepto ordinario del vocablo que nos ocupa, trataremos sobre su connotación jurídica, la cual es similar en sus elementos a las definiciones -- transcritas, tal y como lo apuntó la Unión Internacional de Telecomunicaciones, pues conceptuó a la televisión -- como "... un sistema de telecomunicación que permite la transmisión de imagen no permanente de objetos fijos o -- movibles..." (6)

Ahora bien, algunos autores, como en el caso de -- Jorge Sánchez Trejo, afirman que la televisión es el -- "... medio de difusión a través del cual se transmite a -- distancia y en forma pública la imagen, la palabra escri -- ta, y la música que son captadas y proyectadas por apar -- tos receptores llamados televisores..."(7)

Por otra parte, otro especialista en la materia, -- José María Baget, manifiesta que "... en realidad la te -- levisión engloba a todas las artes técnicas, brinda la -- posibilidad de ver lo que sucede a varios kilómetros, y -- con la misma perfección del que estaba presente en el -- lugar, ésto era y sigue siendo la idea fundamental de la -- televisión..."(8)

- (6).- Unión Internacional de Comunicaciones, Convenio -- Internacional de Telecomunicaciones, Ginebra, Sui -- za, 1959.
- (7).- Sánchez Trejo Jorge, Código de Difusión, México, - UNAM, 1965, p. 96.
- (8).- Baget José María, Televisión un Arte Nuevo, Madrid, España, Rialp. S.A., p. 75.

1.2 DESARROLLO HISTORICO DE LA TELEVISION
MEXICANA

No se puede referir a la historia de la televisión mexicana, sin mencionar a su pionero, el Ingeniero -- Guillermo González Camarena, quien nació en Guadalajara, Jalisco, en el año de 1917. "Desde muy corta edad reflejó el interés y el talento que poseía por la transmisión eléctrica, a los doce años de edad logra construir su -- primer transmisor de radio. En la Ciudad de México ingresa al ESIME, (*) con el propósito de seguir la carrera de Ingeniería en Electrónica, pero sus urgencias económicas le obligan a buscar trabajo sin desligarse del medio que le atraía, logra contratarse como ayudante de operadoras de una estación radiofónica de la Secretaría de -- Educación Pública. En 1932 obtuvo la licencia para -- actuar como operador de radio. En el año de 1939 inventó un sistema de televisión cromático y para el año de 1945 hace una demostración de la primera cámara de televisión hecha en México, años después logra lanzar al espacio -- XHGC-Canal 5."(9)

Los experimentos iniciados por el Ingeniero Guillermo González Camarena, fueron apoyados por la Presidencia de la República, representada en esta época por el General Lázaro Cárdenas, quien dispuso que se le facilitaran los estudios de la radiofusora (XEFO) propiedad del --

(*).- ESIME.- Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, del Instituto Politécnico Nacional.

(9).- Pierre, Albert y André-Jean Tudesq, Historia de la Radio y la Televisión en México, F.C.E. México, -- 1982, p. 14.

Partido Nacional Revolucionario, que es el antecesor del ahora Partido Revolucionario Institucional; esta emisora incorporó por vez primera un equipo de televisión, con el cual se transmitirían programas de tipo experimental.

A principios de la década de los cuarenta, la televisión mexicana alcanzó un gran logro, cuya repercusión trascendió al mundo entero, ya que se inventó un sistema de televisión a colores llamado TRICOMATICO, patentado por el Ingeniero González Camarena, teniendo como base los colores verde, rojo y azul.

Por estas fechas, el Gobierno Federal otorgó gran número de concesiones, cuyo objeto era la operación de Canales de televisión en nuestro país por parte de diversos empresarios, tanto extranjeros como nacionales, entre estos últimos encontramos a Rómulo O'Farril y Emilio Azcárraga Vidaurreta; ésto dió origen a que se inaugurara la primera estación para televisión de carácter experimental, identificada con las siglas XHGC, que se instaló en las Calles de Havre 74, de la Ciudad de México, recibiendo la transmisión por video en el entonces domicilio social de la Liga Mexicana de Radio Experimentadores, situada en las Calles de Lucerna esquina con Bucareli, a unas cuantas cuadras de distancia de la estación emisora. (10)

Estas transmisiones causaron gran impacto, entre los diversos sectores del país, a tal grado, que las casas comerciales no se quedaron al margen de esta novedad, ya que la utilizaron para su publicidad, como en el caso de la tradicional tienda El Palacio de Hierro, la (10).- Pierre, Albert y André-Jean, Op.cit, p. 19.

cual anunciaba "Somos los primeros que con orgullo le -- brindamos la posibilidad de presenciar en el sótano de -- nuestro edificio anexo, las demostraciones prácticas de -- la maravilla de la televisión."(11)

En este aspecto, otra empresa comercial de importancia, la R.C.A., Víctor Mexicana, publicó en los diarios de circulación de la época "...la maravilla de la televisión es desde hoy una magnífica realidad en México. Y como la realización de esta deslumbrante maravilla se debe, en -- México al esfuerzo de la estación XHTV Canal 4, Televisión de México, S.A., R.C.A. Víctor líder mundial de la radio, primera en música grabada y a la vanguardia de la televisión, le expresa públicamente sus más entusiastas y sinceras felicitaciones..." esta felicitación no solamente que dó ahí, sino que continuó con una serie de calificativos -- que posteriormente se transcriben y que merecen nuestra -- consideración "... desde hoy sus hijos gozarán, sin peligro alguno, de espectáculos especialmente planeados para ellos... Rodeados de toda clase de comodidades, la familia podrá asistir a los más grandes e interesantes eventos de la vida política y social de la gran urbe; las noticias que conmueven al mundo llegarán con verismo, con -- una realidad jamás soñada antes... Los más famosos astros del deporte jugarán para usted y los suyos... Rutilantes -- estrellas del cine y del teatro actuarán en su propia -- sala."(12)

(11).- Idem.

(12).- Fernando Mejía Barquero, Florence Toussaint, y -- otros. Televisa el Quinto Poder, Claves Latinoamericanas, México, 1985, p. 21.

Debido a la importancia que paulatinamente fue adquiriendo el nuevo invento, se comenzaron a crear en el mundo de los negocios asociaciones en las que se unieron propietarios de las radiodifusoras de Latinoamérica, cuyo objeto principal fue el de lograr que la incipiente televisión obtuviera un uso comercial, toda vez que vislumbraron el enorme potencial de este medio de comunicación. Dentro de los dirigentes de esta agrupación, encontramos por México a Emilio Azcárraga Vidaurreta, por Cuba a Goar Mestre y a Raúl Fontaine por Uruguay.

El desarrollo vertiginoso de la televisión nacional, obligó al Estado, vía poder Ejecutivo, a comisionar al Director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Señor Carlos Chávez, para que nombrara una comisión que se encargara de estudiar y planear la forma en que debería operar la televisión mexicana, tomando paralelo dos tipos de televisión existentes en la época; el estadounidense (comercial privado) y el británico (monopolio estatal); encomendándose el aspecto técnico al Ingeniero Guillermo González Camarena y en el aspecto de fondo al entonces cronista de la Ciudad, Salvador Novo.

La comisión nombrada, para el logro de su cometido, efectuó un viaje a los Estados Unidos de Norteamérica y a algunos países europeos, en los que el progreso de la televisión era una realidad, con objeto de que sus miembros estuvieran en condiciones de elaborar un estudio sobre la forma y las características que presentaba la

televisión en esos lugares.

"La comisión enviada por el INBA, entregó al Presidente Alemán Valdés el resultado de su análisis: El texto del informe consta de dos partes; la primera escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos de su organización, financiamiento y contenido de los sistemas de televisión británico y estadounidense; la segunda escrita por el Ingeniero González Camarena, se refiere a las características de la operación técnica de ambos sistemas. En la parte redactada por Novo no aparece, explícitamente, ninguna recomendación acerca del cual de los dos sistemas de televisión analizados, el estatal o privado, debe adoptar México. No obstante el escritor - vierte elogios a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC). En cambio, en la parte redactada por el Ingeniero González Camarena es muy clara "por razones técnicas" recomienda para México la adopción de las especificaciones técnicas de la televisión estadounidense". (13)

En la opinión del Ingeniero González Camarena, estas especificaciones técnicas, muy distintas a las de la televisión europea, permitirían un desarrollo más rápido de la televisión en nuestro país; propuso importar un gran número de aparatos receptores debido a que la cantidad -- que se fabricaba en el país era muy reducida y, además, -- resultaba más sencillo a menor costo adquirirlos en Estados Unidos que traerlos desde Europa. (*)

(13).- Ibidem. pp. 23 y 24.

(*).- Este documento se encuentra en el Archivo General de la Nación; objeto de consulta general, Ramo Presidentes, Acervo Miguel Alemán, Exp. 523/14

Por estas fechas se celebró el primer aniversario de haberse iniciado las transmisiones de la estación televisora XHTV, Canal 4, y por tal motivo, el escritor Salvador Novo, hizo el siguiente comentario, publicado en el Diario Novedades de la Ciudad de México, D.F., el 14 de abril de 1949, que sin lugar a duda recalcó la importancia que se le dió a la televisión como medio de comunicación.

"Un año de trabajo febril, de experiencia y adiestramiento rindió el fruto de que pudiera presentar en la ocasión un verdadero documental, que probara sobre la marcha un suceso así de importante, las rigurísimas infinitas perspectivas de interés, información y comunicación, de que está dotada la televisión como instrumento al servicio del pueblo."⁽¹⁴⁾

La apreciación transcrita, nos lleva a considerar que la concepción de la época sobre la televisión se limitó exclusivamente a entenderla como un descubrimiento hecho realidad en México, puesto al servicio de la comunidad, según las palabras del propio Salvador Novo, pero no se alcanzaron a prever las repercusiones que se tendrían en la sociedad de aquella época a la que se hacía llegar una programación televisiva carente de un examen riguroso antes de su emisión, refiriéndonos específicamente a la programación dirigida al entretenimiento del público receptor.

(14).- Ibidem, p. 24.

Al respecto, el especialista en la materia, Jorge - A. Lozaya,⁽¹⁵⁾ manifiesta "...Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónica, diríase que México no tenía aún conciencia de su significado político. Si bien cabía en antecedente del régimen del Presidente Lázaro Cárdenas, que intentó multiplicar la intención de participación estatal en la radiodifusión, al autorizar el desarrollo de la televisión comercial el gobierno mexicano deja en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. Esta decisión se agrava al comprobarse que los modelos que imita la televisión comercial acentúan la colonización ideológica y el deterioro de la conciencia Nacional..."

Así tenemos que el 18 de noviembre de 1949, declaró ante la prensa el Señor Agustín García López, titular de la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, qué tipo de programación se proyectaría por la incipiente Televisión Nacional, bajo los siguientes considerandos:

"El Gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al mismo tiempo que señala que será motivo de expansión comercial por parte de los particulares." (16)

(15).- Ibidem, p. 25.

(16).- Idem.

Con esta resolución tomada por el Ejecutivo Federal, los medios de comunicación televisivos se entregaron totalmente a los particulares económicamente poderosos, que tendrían a partir de ese momento, la entera libertad de usarlos conforme a sus intereses, proyectando programas elegidos por ellos sin más restricción que su propia voluntad; el Estado, tal vez sin intención o con ella, se mantuvo al margen de la situación y los dejó actuar con libertad, concluyéndose ésto por el hecho de que ya habían transcurrido algunos años de haberse otorgado la primera concesión (*) y de haber iniciado ésta su programación, cuando en un intento de ordenar la situación, no es sino hasta los años sesenta, como veremos posteriormente, cuando se promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión, haciéndose notar que para estas fechas ya existían en el

(*).- En México la primera concesión que expidió el Gobierno para operar comercialmente un Canal de televisión, se otorgó a la empresa Televisión de México, S.A., propiedad del Señor Rómulo O'Farril, importante hombre de negocios de la época y dueño en ese entonces del periódico "Novedades"; esta estación se identificó con las siglas XHTV, Canal 4, según se apunta en la obra Televisa el Quinto Poder, en su página 24, la cual ya ha sido objeto de citas a pie de página en el presente trabajo.

espacio nacional, operando regularmente, tres Canales - -
televisivos. (*)

Los empresarios de la época empezaron a resaltar el tipo de programación que le ofrecerían al teleauditorio, la cual sin lugar a duda influiría en las costumbres y -- tradiciones de nuestra sociedad, argumentando la idea de la especialidad de los programas, pues se presumió que es taban elaborados para determinadas edades, gustos y afi-- ciones; al respecto consideramos que si desde un principio se hubiesen tomado en cuenta estos aspectos tan importan-- tes, por medio de leyes e instituciones encargadas de san-- cionar previamente a la emisión de programastelevisivos - se pudo evitar en gran medida el tipo de programación que impera en la televisión mexicana.

(*).- Estas estaciones televisoras son los Canales 4 - -
XHTV, concesionado a Rómulo O'Farril; el Canal 2 -
XEWTV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., -
propiedad del magnate de la radio Emilio Azcárraga-
Vidaurreta, dueño de las emisoras XEW y XEQ, y - -
accionista mayoritario de la empresa Radio Progra--
mas de México, S.A.; el Canal 5-XHGC, concesionado
a Guillermo Genzález Camarena. Datos recabados de -
la obra Televisa el Quinto poder, pp. 23, 24 y 25 -
anteriormente citada.

Al iniciarse la segunda mitad de la década de los cincuentas, la televisión mexicana se desarrolló a pasos agigantados, introduciéndose paulatinamente en la sociedad mexicana como un elemento de importancia, influyendo en los gustos, inquietudes y costumbres de las familias mexicanas.

En esta época, las empresas televisoras del país lograron un trascendental alcance, pues se agruparon en uno de los primeros monopolios de este tipo, con lo cual comenzó la expansión de la televisión comercial mexicana; en efecto, los concesionarios de los Canales de televisión 2, 4 y 5, decidieron aglutinarse en una empresa que se encargara de administrar y operar esas emisoras, misma que denominaron Telesistema Mexicano, S.A., (*) cuidándose de que no se convirtiera en concesionaria única de las estaciones televisoras para evitar el supuesto que se preve en el artículo 28 de nuestra Carta Magna, en el que se estatuye la prohibición de la constitución de monopolios en los Estados Unidos Mexicanos; es por ello, quedada uno de los Canales agrupados sigue contando hasta la fecha con su propia concesión para operar.

(*).- La empresas agrupadas fueron (Televimex, S.A.), Canal 2, Televisión de México, Canal 4 y Televisión González Camarena, Canal 5.

Al respecto, el Señor Emilio Azcárraga Vidaurreta, manifestó en el boletín radiofónico número 62 del día 31 de marzo de 1955, de importante circulación en la época, lo siguiente: "Telesistema Mexicano, S.A., ha nacido como medio de defensa de tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos."⁽¹⁷⁾

Esta expresión nos da una idea del interés cien por ciento comercial y mercantilista que animó a los empresarios reunidos en dicha sociedad, para explotar la televisión en su favor.

A partir de ese momento, todos los programas se originaron desde Televisión, convirtiéndose así en la -- gran central de televisión de México. Debido a el auge -- que iba adquiriendo este medio de comunicación, cabe destacar el siguiente comentario que apareció en una revista especializada de la época."Dentro de un año, la televisión será la primera industria de espectáculos del -- país, lo mismo que de la publicidad; tendrá mayor importancia que la cinematografía."^(*)

(17).- Ibidem, p. 25

(*).- Radiolandia, Número 289, 18 de noviembre de 1949, p. 12.

Esta fusión de intereses y poderío económico, dio margen a la expansión de la televisión en la provincia, pues con más capital y recursos, empezó a cubrir todo el territorio nacional en cuanto a programación se refiere, mediante estaciones repetidoras de los Canales 2 y 4, lo cual antes no había sido posible lograr, pues el alto costo de las instalaciones y equipos no lo permitía.

Al nombrarse la directiva de Telesistema Mexicano, S.A., se designó al Señor Emilio Azcárraga Vidaurreta, como Presidente; a Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril como Gerentes; a Antonio Carrera como Subgerente de Producción; a Miguel Pereyra como Subgerente Técnico y a Ernesto Barrientos, como Subgerente de Ventas.

Como toda Sociedad Anónima en nuestro país, Telesistema Mexicano, S.A., emitió una serie de acciones por una cantidad de 10 mil, con un valor de mil pesos cada una y por un monto de 10 millones de pesos, distribuidos en la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, 4 mil acciones; Rómulo O'Farril, 4 mil; Emilio Azcárraga Milmo, 500; Rómulo O'Farril hijo, 500; Ernesto Barrientos Reyes, 500 y Fernando Díaz Barroso, 500. (18)

Antes de finalizar el año de 1955, se inició en México la construcción del Sistema Nacional de Microondas, siendo así, como la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas planteó la construcción de tres rutas cuyo objetivo fue cubrir el país entero; tales rutas fueron de norte a sureste y la occidente.

(18).- Ibidem, p.26.

En Paso de Cortés, Telesistema Mexicano, S.A., instaló con objeto de ampliar sus espacios de proyección, una estación repetidora de 7.5 kilovatios, ésta fue instalada por la Internacional Telephone and Telegraph, colocada a una altura de 4,200 metros sobre el nivel del mar, cuya función consistió en repetir los programas del Canal 4 del Distrito Federal y brindar la posibilidad de que se pudieran captar en el suroeste y el sureste de México, desde el Golfo de México hasta el Océano Pacífico.

En el año de 1958, en México se inició la gran era del Video-tape, que representó en nuestro país un gran adelanto en la producción televisiva, en la medida en que permitió la grabación y la edición de programas con la finalidad de reducir el número de errores; es por medio de la estación XEFBTV de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, afiliada a Telesistema Mexicano, S.A., que se adquirió de la empresa AMPEX la primera máquina de Video-tape que se conoció en México. Este aparato permitió el desarrollo y la extraordinaria expansión económica de Telesistema Mexicano, S.A., ya que para los años sesenta, esta empresa inició operaciones hacia el extranjero, con programas grabados en sus instalaciones, como en el caso de las telenovelas a Latinoamérica y a los Estados Unidos de Norteamérica.

Así, el primer programa que se grabó con la magia del Video-tape, se difundió el 3 de abril de 1959, el cual correspondió a la serie "Puerta de Suspenso". (19)

(19).- Ibidem, p. 29

Así las cosas, en el Estado de Guerrero, se fundó - la empresa Teleprogramas de Acapulco, creada como filial de Telesistema Mexicano, S.A., en el año de 1962, la - - cual estaba dirigida por el Licenciado Miguel Alemán - - Velasco, encargándose de producir programas de televi- - sión para el consumo nacional y también para la exporta- ción a Latinoamérica y a los Estados Unidos de Norteamé- rica; esta empresa adquirió tal importancia, que en algu- nos países latinoamericanos las proyecciones televisivas fueron integradas en proporción considerable por progra- mas de la empresa Teleprogramas de Acapulco, S.A., al -- respecto y según datos proporcionados por la revista -- Televisión (número 26, marzo de 1965, pág. 10.), en -- Perú, el Canal 2 de Lima, formaba el 90 por ciento de su programación con Video-tapes importados desde la Ciudad- de México. (20)

Durante el año de 1966, se inició la emisión televi- siva a colores, (*) con el programa que llevó el nombre de "Escaparate 360" transmitido por el Canal 4, como dato - complementario, mencionamos que para el año de 1967, la- televisión a colores fue una realidad, funcionando de ma- nera regular.

En el año de 1968, después de algunos intentos, que - dó integrada la Red Nacional de Telecomunicaciones, la - cual dentro de los equipos con que se formó tiene a la - Estación Terrestre para Comunicaciones Espaciales de - - Tulancingo, Hgo., destinada a enviar y recibir señales - - vía satélite, conectada con los satélites INTELSAT III y

(20).- Idem.

(*).- No es por demás recordar que ese logro se debe a- la creatividad del Ingeniero Guillermo González - Camarena.

IV. Estas estaciones hicieron posible la comunicación de México con el mundo.

Posteriormente apareció en nuestro país un nuevo Canal de televisión, el Canal 8, éste inició su programación el primero de septiembre de 1968, transmitiendo el Informe Presidencial del entonces Presidente de la República, Licenciado Gustavo Díaz Ordaz, esta estación se identificó con las siglas XHMT, cuya concesión se otorgó a la empresa denominada "Fomento de Televisión, S.A. de C.V."; filial de Televisión Independiente de México, propiedad del grupo Alfa, de la Ciudad de Monterrey, Nuevo Leon, integrado por un grupo de industriales con gran poderío económico.

Así también y sin contar con los grandes recursos de los canales que estaban operando en el país, el 12 de octubre de 1968, dió inicio de manera experimental el Canal 13, mismo que posteriormente será adquirido por la Empresa Somex, S.A.; a partir de este momento, empezará a trabajar en forma autofinanciable buscando un contenido social, cultural e histórico. Años después pasará a constituir la base de lo que será la Televisión Estatal (IMEVISION).

Al inicio de la década de los setenta, la televisión mexicana entró en una etapa de vital importancia para su desarrollo, pues comenzó la era de los satélites transmisores, los cuales contribuyeron para que todas las empresas televisoras contaran con una cobertura más amplia y consecuentemente, con un número mayor de tele-espectadores;

también en esta época, nació "Televisa, S.A."

En el año de 1972, dos empresas de gran envergadura dentro de la empresa Televisiva Nacional, se fusionaron, Telesistema Mexicano, S.A., y Televisión Independiente de México, con la idea de crear una sola entidad encargada de administrar los recursos de ambas empresas; este nuevo ente se denominó "Televisión Vía Satélite, S.A." - - (TELEVISA), (*) mismo que comenzó a operar el 8 de enero de 1973.

Al constituirse esta empresa, declaró contar con un capital social de un millón de pesos, cuyas acciones pertenecen en un 75 por ciento a Telesistema Mexicano y en un 25 por ciento a Televisión Independiente de México; - seis meses después, Televisa aumentó su capital social a 203 millones 500 mil pesos; a la fecha la proporción en la tenencia de acciones se mantiene igual.

(*).- Es importante destacar que Televisa, S.A., no es una empresa concesionaria, ya que cada una de las empresas que la constituyen, continúan teniendo su propia concesión, para evitar incurrir en violación al artículo 28 Constitucional que prohíbe la formación de monopolios en el país; ante este acto observamos un claro fraude a la ley, toda vez, que esta empresa opera como monopolio totalmente constituido, no sólo en la República, sino que trasciende a otros países.

Al dar inicio la década de los ochentas, en el país se anunció el 10 de octubre de 1980, que para el año de 1985 México contaría con su propio satélite de telecomunicaciones, el cual tentativamente se denominó "Iluicahua", que quiere decir en lengua náhuatl, Señor de los Cielos; años después y por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se informó a la opinión pública sobre el Sistema Mexicano de Satélites, señalándose que tendría las siguientes características: estará integrado por dos satélites, uno de operación y otro de receptiva, que serán lanzados en abril de 1985, y que llevarán el nombre de "Sistema Morelos de Satélite", se agregó que el costo aproximado de este sistema será de 140 millones de dólares y, que para su construcción, se contratarán los servicios de una empresa estadounidense, la Hughes International Communication, para su propulsión a la Mc. Douglas y; para su lanzamiento, el Transbordador Espacial de la Agencia Nacional de Aeronáutica y del Espacio (NASA).

Concluido lo referente al desarrollo histórico de la televisión Comercial en nuestro país, consideramos que -- también se debe incluir en nuestro trabajo el desarrollo que en este aspecto ha tenido la televisión Estatal, por lo que pasamos a tratarlo:

En el año de 1959 y previo permiso otorgado por la -- entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas para la transmisión de programas educativos, culturales y -- recreativos, inició sus transmisiones XEIPN TV CANAL - -- ONCE, con lo cual el Gobierno Federal tuvo el primer Canal de televisión de su propiedad, mismo que se asignó --

para su dirección y administración, al Instituto Politécnico Nacional, bajo cuya dirección sigue operando a la -- fecha.

Posteriormente, en la década de los años sesenta, -- surgieron las primeras Empresas de la televisión Estatal-- como son: Corporación Mexicana de Radio y Televisión, - - S.A. de C.V., (Canal 13); Productora Nacional de Radio y Televisión (PROMARTE); Televisión de la República Mexicana (T.R.M.); Teleproductora del Distrito Federal y el Canal 8 de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León.

El 22 de octubre de 1985, se publicó un Acuerdo Presidencial en el Diario Oficial de la Federación, por el - que desaparecieron los Organismos Públicos Descentralizados denominados Televisión de la República Mexicana y Productora de Televisión de la República Mexicana y Productora Nacional de Radio y Televisión, en donde se asentó que las funciones de ambas entidades corresponderían a las esferas de competencia del Instituto Mexicano de Televisión (IMT), transfiriéndose a éste sus recursos Patrimoniales, Técnicos y Humanos.

El proceso de reordenación de la televisión Estatal-- generó, a partir de mayo de 1985, la integración del Sistema Estatal de Televisión bajo la denominación de - - -- "IMEVISION", paralelamente a esto, se inicia la transmisión del Canal 7 como cabeza de la RED NACIONAL DE T.R.M., geográficamente la más amplia del país. (*)

El Decreto de creación del Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), estableció como Objetivos Generales

(*).- Boletín emitido por IMEVISION Sus objetivos y Géneros Respecto a la Ley, México, D.F., mayo de 1985.

del Instituto, los siguientes:

a).- Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de la convivencia humana; b).- Proporcionar información objetiva, sirviendo como instrumento de la Educación y las culturas populares; c).- Contribuir al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud; d).- Preservar los valores en que se funda la identidad nacional; e).- Fortalecer las convicciones democráticas y ofrecer un sano entretenimiento; f).- Impulsar una producción televisiva de alto nivel que exprese nuestra percepción de la realidad y que, en este ámbito, satisfaga las necesidades y requerimientos de la cultura y entretenimiento del público mexicano; g).- Operar eficientemente las estaciones de televisión pertenecientes al poder Ejecutivo Federal y; h).- Fungir como Organó de los consultores público y privado.

Lo anterior es, a grandes rasgos, el desarrollo que ha tenido la televisión del Estado en nuestro país.

1.3 ANTECEDENTES JURIDICOS

Debido a la previsión del ser humano en la evolución de las ciencias, del arte y de la cultura y más aún, del propio desarrollo de la humanidad, llegan a darse en algún momento, determinadas situaciones jurídicas que se han reglamentado en un aspecto general, las cuales se van adaptando a través del tiempo a las peculiaridades que van surgiendo, tal y como aconteció con la comunicación y la televisión en nuestro país.

Para estudiar a los ordenamientos jurídicos que han venido regulando a la televisión mexicana, es necesario recurrir al conjunto de leyes del Derecho Positivo Mexicano, que en algún momento reglamentaron a la comunicación y a sus medios para efectuarla; así tenemos, que al ser la televisión un medio de comunicación que se transmite al público en general por medio de impulsos electromagnéticos o sea, que es enviada a través del espacio por un conjunto de ondas eléctricas, el antecedente de reglamentación legal lo ubicamos en las leyes que regularon a la comunicación transmitida mediante la propagación de señales que se difunden a través del espacio por vía eléctrica, aunque para esta época aún no existía la televisión en el mundo y mucho menos en nuestro país, así tenemos, que el legislador al ocuparse de la materia, señaló primeramente, en la Constitución Política Mexicana del 5 de febrero de 1857, en su artículo 72 fracción XXI, lo siguiente:

"El Congreso tiene facultad para dictar leyes sobre Vías Generales de Comunicación y sobre postas y correos".

Curiosamente al ser promulgada la Ley de Vías Generales de Comunicación, el 4 de junio de 1888, no reglamentó a las instalaciones eléctricas; por tal motivo, no encontramos en esta ley precepto jurídico alguno que regule a las transmisiones eléctricas.

Años después, Don Venustiano Carranza, se ocupará de la materia al dictar un Decreto con fecha 10 de octubre de 1916, diciendo que "...es enteramente indudable que dentro de los servicios públicos, debe contarse a la telegrafía, comprendiendo también a la radiotelegrafía y agrega que en esencia no es otra cosa que la transmisión del pensamiento a larga distancia, y que se diferencia en su plano técnico, en que no tiene hilos metálicos en la conducción de la estación que la transmite o que la capta..."(*)

Al respecto y toda vez que la televisión transmite -- además de la imagen, el sonido, (o sea el pensamiento como se establece en este Decreto), consideramos a esta circunstancia como un antecedente de reglamentación de los medios de comunicación televisivos.

(*).- Decreto relativo al establecimiento de Estaciones -- Radiotelegráficas del 19 de octubre de 1916, Publicado en el Diario Oficial de la Federación del 31 de octubre de 1916.

Este Ordenamiento legal a nuestra opinión, es de - - trascendental importancia, ya que la transmisión del pensamiento a larga distancia se elevó la categoría de - - - "servicio público", correspondiendo al Estado su explotación, el cual lo puede concesionar a particulares, como - - posteriormente se apuntará.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos del 5 de febrero de 1917 que nos rige, establece en su artículo 73:

Artículo 73 - El Congreso tiene facultad:

Fracción XVII.- Para dictar leyes sobre Vías Generales de Comunicación, sobre postas y correos; para ex pedir leyes sobre el uso y aprovechamiento de las - - aguas de jurisdicción Federal.

Como se puede contemplar, nuestra Constitución vigente confirma la facultad del Congreso de emitir leyes sobre Vías Generales de Comunicación que se encontraba plasmada en la anterior Constitución de 1857.

Con este fundamento legal, se expidió un Ordenamiento reglamentario, la Ley de Comunicaciones Eléctricas, - - del 23 de abril de 1926, de carácter Federal, en la que - encontramos preceptos generales que tratan sobre Red Nacional, Instalaciones incorporadas a la Red Nacional, Concesiones y Permisos, Instalaciones Difusoras, Instalaciones para servicios especiales, Estaciones a bordo y de - - Investigaciones Científicas, Líneas radiofónicas, Servicios Públicos y Penas. Asimismo, esta ley detalló en - -

forma explícita lo que se debe entender por comunicaciones eléctricas, a las cuales les confirió el carácter de servicio público, tal y como se señaló en el Decreto emitido por Don Venustiano Carranza.

Esta ley dió la pauta sobre el camino que seguirán - las legislaciones posteriormente promulgadas al respecto, puesto que a la fecha rigen algunos principios que en ese entonces se regularon, por lo que podemos afirmar que - - éstos se han ido adecuando a las necesidades presentes, - como en el caso de los siguientes artículos:

"Artículo 1°.- Las comunicaciones eléctricas corresponden para los efectos de esta ley; la telegrafía, - la radiotelegrafía, la telefonía, la radiotelefonía - y cualquier otro sistema eléctrico de transmisión y - recepción con o sin hilos conductores de sonido, sig - nos o imágenes."

De la lectura del artículo que antecede, podemos - - afirmar que esta ley se adelantó a su época, al regular - el medio de comunicación denominado televisión y cuya - - transmisión se compone de la alianza del sonido y la ima - gen, aunque en esta época la televisión como invento no - existía en nuestro país; por lo que concluimos que esta - Ley de Comunicaciones Eléctricas, propició el campo jurí - dico para que en su momento la televisión fuera reglamen - tada.

"Artículo 2°.- Todas las instalaciones de comunica - ciones eléctricas establecidas y que se establezcan - en la República Mexicana, dependen exclusivamente de - la Federación con la única excepción de las líneas - locales instaladas dentro de los límites de cada Es - tado que no conecten con líneas de jurisdicción - -

Federal o con líneas de países extranjeros."

Este precepto reafirmó la competencia Federal en las comunicaciones eléctricas; ahora bien, al surgimiento de la televisión como invento y tratándose de un medio de co municación que transmite por vía eléctrica, quedó total-
mente regulada y asimilada a la ley por esta disposición, la cual a la fecha se sigue reglamentando en la misma for ma por la ley de la materia.

"Artículo 3°.- La explotación del servicio público - de correspondencia con los sistemas telegráficos y - de radiocomunicación queda reservada exclusivamente al Gobierno Federal salvo, las excepciones que seña-
le expresamente la ley."

En concordancia con este precepto, el artículo 4°.-- del propio Reglamento estableció lo siguiente:

"Artículo 4°.- Nadie establecerá ni operará en la -- República Mexicana instalaciones de comunicaciones - eléctricas dependientes de la Federación sin la auto rización expresa del Ejecutivo de la Unión, otorgada por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y -- Obras Públicas, ni podrá explotarlas en servicio - - público sino en los casos especiales y con las res-
tricciones que determina esta ley."

Por otra parte, de la lectura de los artículos que - anteceden, podemos afirmar que a partir de este momento - se reglamentó el otorgamiento de concesión, o bien permi-
so por otra parte de la entonces Secretaría de Comunica-
ciones y Obras Públicas, al particular que pretenda explo tar cualquier medio de comunicación eléctrica.

Ahora bien, la Ley de Vías Generales de Comunicación del 24 de agosto de 1931, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 31 del mismo mes y año, unificó a -- las Vías Generales de Comunicación, tratando las siguientes materias y dividiéndose en varios libros; en efecto:

El Primero de sus libros trató sobre disposiciones - generales, comprendidas en: contenido, clasificación, jurisdicción, concesiones, permisos y contratos, derechos - de explotación, uso de bienes nacionales y otras franquicias, caducidad y rescisión de concesiones, construcción de Vías Generales de Comunicación, explotación de éstas, - personalidad y bienes de las empresas sujetas a conce- -- sión, derecho de la Nación, inspección y disposiciones di- versas.

En su libro Segundo, se refirió a las comunicaciones terrestres; en su libro Tercero, a las comunicaciones por agua; en su libro Cuarto, a las comunicaciones aeronáuticas; en su libro Quinto, a las comunicaciones eléctricas - que tratan de las instalaciones en general de la red nacional, instalaciones telefónicas, para servicios especiales, instalaciones radiodifusoras, comerciales, de experimentación y culturales; en su libro Sexto, se refirió a - las comunicaciones postales y; en el libro Séptimo, trató sobre sanciones.

Así tenemos que en la fracción XX del artículo 1º., - de esta Ley, se estableció el concepto de lo que son Vías Generales de Comunicación, las líneas telegráficas y tele- fónicas, de las instalaciones radiotelegráficas y radiote- lefónicas y cualquier otro sistema eléctrico de emisión y

recepción, ya sea con hilos conductores de sonido o sin ellos, signos o imágenes, exceptuándose las líneas telefónicas locales instaladas dentro de los límites de cada -- Estado, cuando no conecten con las de otros Estados, o -- con las de instalaciones Federales o de países extranjeros.

Sin lugar a duda, dentro de las comunicaciones eléctricas a las que se refirió el legislador al manifestar -- "...y cualquier otro sistema eléctrico de emisión...", -- consideramos que se previó el surgimiento posterior de inventos como la televisión, dejando el campo abierto para su asimilación a la ley, sin necesidad de modificarla -- para adecuarla al caso concreto.

La disposición en comento, reafirmó el concepto de -- Vías Generales de Comunicación y su carácter Federal, así como su necesaria autorización por parte del Ejecutivo -- Federal para la explotación de dicho servicio público, -- además marcó que en caso de originarse controversias al -- respecto, se aplicaría la misma ley y las demás especiales y, a falta de disposición expresa, el Código Civil -- para el Distrito Federal.

Por otra parte, de igual forma, estableció que para el traspaso de las concesiones era necesaria la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones, debiéndose llenar los mismos requisitos que los marcados para los solicitantes originales.

En otro de sus aspectos, prohibió la admisión de socios extranjeros y sancionó el hecho que violara esta dis

posición, con la nulidad de pleno derecho de la admisión.

Además estableció la restricción de transmitir noticias y mensajes cuyo texto fuera contrario a la seguridad del Estado y a los convenios internacionales; a la paz y al orden público; a las buenas costumbres; a la decadencia del lenguaje y a las que ataquen al gobierno constituido, o bien a los particulares.

En este mismo Ordenamiento, se dejó establecido que al término de la concesión, la instalación y demás propiedades pasarían a la Nación en buen estado, sin ningún gravamen y sin costo alguno.

Esta ley se vió abrogada por la Ley de Vías Generales de Comunicación, promulgada el 29 de agosto del año de 1932, la cual se publicó en el Diario Oficial de la Federación, en su edición correspondiente al 28 de septiembre de ese mismo año. Con fundamento en esta nueva ley, se expidió un Reglamento del Capítulo Quinto, que se publicó en el mismo Diario el 10 de julio de 1933, en donde se estableció, en su artículo 5º, transitorio, que quedaban derogadas las disposiciones, decretos, circulares, etc., que se opusieran a las disposiciones del Reglamento.

Cabe resaltar que en este Ordenamiento se introdujeron conceptos interesantes, como la clasificación y definición del entonces único medio de comunicación por impulsos eléctricos, la radio, (*) la que posteriormente se empleó para definir a la televisión.

(*).- Radio

Apócope de radiodifusión / aparato receptor /.-
Radiofusión.- Radio emisión, emisión por telegra- -
fías o telefonía sin hilos.

Radioescucha.- persona que oye las emisiones radio-
telefónicas o radiotelegráficas.

Según se define en el Diccionario Enciclopédico - -
Larousse, México, 1984. pp. 211, 212 y 213.

La Ley de Vías Generales de Comunicación del 30 de diciembre de 1939, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de febrero de 1940, abrogó la Ley de Vías Generales de Comunicación, que hasta esa fecha se encontraba en vigor y, que ha sufrido varias modificaciones, encontrándose vigente actualmente en lo referente a las Reglas Generales, Sanciones, Concesiones, Contratos, Permisos, Inspección, Caducidad y Rescisión, Construcción y Establecimiento, Explotación, Personalidad, etc.; de acuerdo a estas disposiciones, entendemos que la televisión también es considerada como una Vía General de Comunicación, tal y como lo preceptúa el artículo 1°. Fracción X, que establece que son Vías Generales de Comunicación, las líneas conductoras eléctricas y el medio en el que se propagan las ondas electromagnéticas cuando se utilizan para realizar comunicaciones de signos, señales, escritos, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza, como en el caso del medio de comunicación objeto del presente trabajo.

Del análisis de esta Ley, se desprende que su principal objetivo es hacer que las Vías Generales de Comunicación se exploten como verdaderos servicios públicos, es decir, como actividades técnicas presentadas de manera regular y continua para la satisfacción de necesidades generales, como son el bien común, interés público, etc.

El 10 de julio de 1940, se expidió un Decreto Presidencial que se publicó en el Diario Oficial de la Federación del 13 de agosto de 1940, por el que se creó la - -

"Comisión Consultiva", órgano de vital importancia dentro de las Vías Generales de Comunicación que se propagan por ondas electromagnéticas, toda vez que se encargaría del estudio de los problemas de Radiodifusión, de acuerdo a lo preceptuado en el artículo 412 de la Ley de Vías Generales de Comunicación, el cual quedó sin efecto al entrar en vigor la nueva Ley Federal de Radio y Televisión, el 19 de enero de 1960.

En el artículo acabado de citar, se estableció que para el estudio de los problemas de Radiodifusión Comercial y la debida marcha de las estaciones, se crearía una Comisión Consultiva, compuesta por cinco miembros, tres de éstos, designados por la Secretaría de Comunicaciones y dos por la Cámara Nacional de Transportes y Comunicaciones.

Con este soporte legal, se emitió el Decreto del 10 de julio de 1940 que comentamos y, que consta de 28 - - - artículos, el cual fue derogado al entrar en vigor la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, creándose con base en ésta, un Organismo coordinador conocido como Consejo Nacional de Radio y Televisión, mismo que se encargaría de las funciones que fueron encomendadas a la Comisión Consultiva y que quedaron sin efecto al ser derogada por esta nueva ley.

El 10 de noviembre de 1940, se expidió otro Decreto, según lo ordenado por el artículo 8º., de la Ley de Vías Generales de Comunicación; éste será derogado posteriormente por el artículo primero transitorio del Reglamento-

de la Comisión Técnica Consultiva de Vías Generales de Comunicación, del 17 de julio de 1944, publicado el 3 de agosto del mismo año, en el Diario Oficial de la Federación. Ahora bien, como lo apuntamos, en su artículo primero se determinó la forma en que estaría integrada la citada Comisión, esto es, por diez representantes oficiales permanentes y por representaciones designadas por organizaciones de Obreros y Patrones de empresas de Vías Generales de Comunicación y Servicios Conexos, cuando se discutieran asuntos de su ramo, con voz informativa o como opinión; asimismo, en su artículo 14, se fijaron las atribuciones de la Comisión, interesándonos sobre el particular algunas disposiciones que actualmente tienen vigencia, como en el caso de las Fracciones XII y XIII, que disponen:

"Artículo 14.- Serán atribuciones de la Comisión:

"Fracción XII.- Emitir opinión sobre la instalación de estaciones radiodifusoras, cuya potencia sea de 10,000 watts o más.

"Fracción XIII.- Emitir opinión sobre la instalación de estaciones radiodifusoras, cuyos permisos ameriten un estudio especial por razones de orden económico y político, siempre y cuando no existan imposibilidades técnicas para otorgar la concesión."

En este estado de cosas, la televisión surgió en nuestro país al iniciarse la década de los años cincuenta, en un principio con carácter experimental para después pasar al campo comercial y mercantilista.

Como consecuencia de esta situación, se hizo necesario para el Estado mexicano, dictar un Ordenamiento legal que debería sujetarse al funcionamiento y explotación de este medio de comunicación, así tenemos que con fecha 18 de enero de 1950, se expidió un Decreto Presidencial, publicado el 11 de febrero de ese mismo año, -- entrando en vigor al día siguiente de su publicación.

En éste se fijaron los lineamientos técnicos y de derecho a los que deberían sujetarse las estaciones televisoras en lo referente a su instalación y funcionamiento, el cual resolvió por el momento los problemas técnicos y jurídicos de la televisión.

Por otra parte, el citado Decreto, establece:

Primero; las estaciones radiodifusoras de televisión se sujetarán en su instalación y funcionamiento a todas las disposiciones administrativas y a las de carácter técnico que le sean aplicables del Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras, Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados.

Por lo que respecta a los puntos Segundo, Tercero y Cuarto del propio Reglamento, se contienen normas técnicas para su operación y funcionamiento, así como su competencia y vigencia.

Posteriormente, el Ejecutivo de la Unión emitió un Reglamento de gran importancia, ya que estableció las características que deben tener las personas que se encarguen de la locución y manejo de las comunicaciones--

eléctricas, mediante el cual se exigió a partir de ese momento, la expedición de un certificado de aptitud, con el objeto de acreditar la capacidad de la persona que se dirigiría a la comunidad en calidad de locutor.

En términos generales, la legislación que hemos analizado en materia de comunicaciones eléctricas, ha tenido una serie de modificaciones, algunas de ellas de gran - - importancia, como en el caso en que se consideró en principio a esta actividad como un simple servicio que podía prestar cualquier particular, sin necesidad de autorización alguna, para posteriormente considerarse, servicio - público.

1.4 I M P O R T A N C I A

La importancia de la televisión como fenómeno social dentro del conjunto de interrelaciones humanas, se proyecta en el modo de ser del hombre mismo desde diversos puntos de vista, como son: el cultural, educativo, social, político, económico, recreativo e informativo; entre - - otros, superando los conceptos de tiempo y distancia, toda vez que, sin importar la hora o el lugar en que ocurra un hecho, este medio de comunicación facilita obtener des de la comodidad del hogar su conocimiento oportuno, lláme se evento deportivo, artístico, acto político, catástrofe, acontecimiento social, etcétera.

Pero a la par de esta situación, consideramos señalar que la televisión ha integrado a la sociedad nacional un paquete de grandes males que se han venido arraigando paulatinamente, a tal grado que se han minimizado la capa cidad de entendimiento, de elección, creación y discernimiento, por señalar algunos, en la mente de los televiden tes.

Así tenemos que la televisión nacional se ha usado para enviar a la comunidad un conjunto de mensajes que se estructuran con el objeto de generar en el receptor nece sidades, gustos, inquietudes o sea, en términos genera - les, ideología que no es la propia y que obedece a intere ses netamente mercantilistas, que crean en la mente del receptor espejismos que lo alejan de la realidad, toda -

vez que exaltan cualidades de cosas intrascendentes, induciéndolo al consumo y a llevar un patrón de vida que no es el propio.

Asimismo, observamos que la información que se transmite por televisión está manipulada, ya que pasa por un proceso de selección, para proyectar el tipo de noticias que no afecten a determinados intereses que en ocasiones pueden ser los del Estado mismo, o bien de particulares que pagan para que no sea divulgado determinado hecho, de manera tal, que la televisión posee la magia de convertir a un don nadie en ídolo y de la misma forma, a este ídolo en nadie.

Desde el punto de vista comercial, se le atribuyen cualidades o virtudes a algún objeto que para el individuo receptor lo adquiriera con la idea de que es necesario y vital para su subsistencia y bienestar, o bien para mejorar su aspecto personal.

En este orden de ideas y en nuestra opinión, consideramos que la televisión en sí misma tiene dos aspectos: un positivo, debido al innegable desarrollo tecnológico, científico y económico generado en la sociedad y, otro negativo, por la forma que ha sido empleada para hacer gestar en comunidades de bajo nivel cultural y con alto grado de analfabetismo, influencias que hacen caer al individuo en un estado de despersonalización tal, que éste, pierde la noción de su individualidad, siendo fácil de manipular como en el caso de la marioneta por el titiritero, sirviendo para ello en el caso de la televisión en --

vez de hilos, las ondas de transmisión que hacen llegar - al receptor la imagen y sonido.

Por otra parte, hemos sido testigos en más de una -- ocasión, que bajo cualquier pretexto, con argumentos in-- trascendentes y mediante el bombardeo de información tele-- visiva, el espectador pierde la noción de la realidad, -- esto es, que no piense en los problemas graves que le -- aquejan en el momento; un ejemplo palpable de ello, lo -- tuvimos en el pasado campeonato mundial de futbol celebra-- do en nuestro país ("México 86"), que fue objeto de pro-- yección y propaganda por todos los canales que integran -- la red de la televisión mexicana, cubriendo con ésto la -- mayor parte de su programación diaria, ocasionando que -- grupos numerosos de personas acudiesen a determinados -- sitios a celebrar algún triunfo del equipo anfitrión, dñ-- dose a la par de ello en nuestro país, una más de las -- grandes devaluaciones monetarias a las que nos enfrenta-- mos hoy en día y a un alza de precios desmedida en los -- artículos de consumo y servicios, acentuándose con ello -- la crisis por la que pasamos, misma que en ese entonces -- resultó inadvertida por la mayoría de la población, por -- estar enajenada con la euforia del momento, propiciada -- como ya lo hemos apuntado, por la indiscriminada publici-- dad de los medios de comunicación y muy en especial, por -- la televisión.

En base a lo expresado, es fácil concluir que la te-- levisión es capaz de hacer pensar de determinada manera -- a un conglomerado de seres humanos y cambiar significati-- vamente su patrón de vida en algún sentido, como el --

pastor que guía un rebaño, ya que éste con un solo movimiento puede conducir a las ovejas por determinada senda; ahora bien, si transportamos esta idea al papel que desempeña la televisión mexicana, diremos compartiendo el punto de vista del periodista José Manuel Buendía (q.e.p.d.), que éste tuvo razón al denominar al grupo que en nuestro país maneja a la mayor parte de estos medios de comunicación televisivos, como "...el Quinto Poder...", (21) por supuesto, refiriéndose a la empresa Televisa, S.A., ya que ésta se ha constituido de hecho en un verdadero poder, en razón de los medios de comunicación que tiene bajo su control.

(21).- Manuel Buendía, Revista Nexos, noviembre de 1984. México. pp. 11 y 12.

C A P I T U L O I I

MARCO JURIDICO DE LA TELEVISION MEXICANA

- 2.1 NUESTRA CONSTITUCION POLITICA Y LA TELEVISION
- 2.2 ORDENAMIENTOS LEGALES QUE REGULAN A LA TELEVISION
- 2.3 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION
- 2.4 ORGANOS ADMINISTRATIVOS ENCARGADOS DE LA VIGILANCIA Y APLICACION DE - LAS NORMAS QUE REGULAN A LA TELEVISION

2.1. NUESTRA CONSTITUCION POLITICA Y LA TELEVISION

El conjunto de normas jurídicas que regulan a un país, son de diferente o del mismo rango, esta situación respecto del orden jerárquico que guardan las normas en un sistema de derecho, fue planteada por vez primera en la Edad Media, pero no se llegó a un resultado satisfactorio; posteriormente, en la Edad Moderna, el jurista Bierling, se preocupó por encontrar una solución a esta problemática y de cuyos resultados partió el profesor vienés Adolph Merkl Hans Kelsen, complementando los estudios iniciados al respecto, desarrollando la teoría que denominó "Teoría Pura del Derecho", en la cual se manejó el concepto de la jerarquía de las normas. (22)

"La teoría de la gradación del orden jurídico concibe al Derecho en su movimiento, en el proceso constantemente renovado de su autoproducción. Es una teoría dinámica, a diferencia de la concepción estática del Derecho, que trata de concebirlo sin consideración a su producción, y sólo como orden producido, en su validez, en su ámbito de validez, etc. En el centro del problema de una dinámica jurídica se encuentra la cuestión acerca de los diferentes métodos de producción jurídica, o acerca de las formas de Derecho". (23) Así este autor, consideró que "... al analizar el Derecho en cuanto a su creación, éste regula su propia creación, en cuanto a que una norma jurídica determina la forma en que otra es creada, así como, en cierta medida, el contenido de-

(22).- García Maynes Eduardo, Introducción al Estudio del Derecho, Porrúa México, 1980. pp. 83 y 84

(23).- Hans Kelsen, La Teoría Pura del Derecho, Editora Nacional. México, 1981. pp. 145 y 146.

la misma. Cuando una norma jurídica es válida por haber sido creada en la forma establecida por otra, la última constituye la razón de validez de la primera. La relación entre la que regula la creación de otra y esta misma norma, puede presentarse como un vínculo de supra y subordinación, así la norma que determina la creación de otra, es superior a ésta; la creada de acuerdo con tal regulación inferior a la primera. El orden jurídico, especialmente aquél cuya personificación constituye el Estado, no es, por tanto, un sistema de normas coordinadas entre sí, que se hallasen, por así decirlo, una al lado de la otra, en un mismo nivel, sino que se trata de una verdadera jerarquía de diferentes niveles."⁽²⁴⁾

Este autor, para ejemplificar su postulado, concibió a una pirámide, en cuya cúspide colocó a la norma primaria o de mayor jerarquía, otorgándole el grado de norma suprema, de la que se originarán las demás normas; así pues, la creación de las normas jurídicas desde el punto de vista de las propias normas de derecho, o sea, concibiendo un método para explicar el origen del Derecho, partiendo del mismo Derecho.

Así tenemos que Kelsen señaló en su teoría la forma en que se estructuran las normas en todo sistema de derecho, el cual tiene el siguiente orden:

- 1.- Normas Constitucionales
- 2.- Normas Ordinarias
- 3.- Normas Reglamentarias

(24).- Hans Kelsen, Teoría General del Derecho y del Estado, UNAM, Textos Universitarios, México, D.F.- 1983. p. 146.

4.- Normas Individualizadas.

La estructura jerárquica del orden jurídico en un Estado se expresa en los siguientes términos; con la existencia de la norma fundamental, es decir, la Constitución, la cual representa el nivel más alto dentro del Derecho Nacional, de ahí se derivan los demás ordenamientos de menor grado, fundamentándose los posteriores, en los inmediatos anteriores.

Cada vez que se pretenda establecer el marco jurídico dentro del que se desarrolla determinada conducta, o hecho social forzosamente se reglamentará de acuerdo a la estructura jerárquica de las normas jurídicas, de tal modo, que para analizar al sistema jurídico en que se desenvuelve la televisión, partiremos de nuestra norma suprema, es decir, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Este Ordenamiento es la fuente que determina la organización jurídica de nuestro país, en razón de ser la Ley fundamental en la que descansa todo el sistema jurídico nacional; ahora bien, en su artículo 73, Fracción XVII, este Cuerpo de Leyes establece lo siguiente:

"Artículo 73.- De las facultades del Congreso:

"XVII.- Para dictar leyes sobre vías generales de comunicación, y sobre postas y correos; para expedir leyes sobre el uso y aprovechamiento de las aguas de jurisdicción Federal."

Al ser la televisión una forma de comunicación,

como ha quedado señalado en el Capítulo que antecede, tenemos que ésta se enmarca dentro de las vías generales -- de comunicación, de acuerdo al criterio señalado en la -- propia Ley.

En relación a la competencia para conocer de los con flictos relacionados con la televisión, por conceptuarse ésta por la Ley como una vía general de comunicación, tenemos que el artículo 104 de la Constitución señala:

"Artículo 104.- Corresponde a los Tribunales de la - Federación conocer:

"I.- ...

"Las Leyes Federales podrán instituir Tribunales de lo Contencioso Administrativo, dotados de plena auto nomía para dictar sus fallos, que tengan a su cargo dirimir las controversias que se susciten entre la - Administración Pública Federal o del Distrito Federal, y los particulares, estableciendo las normas pa ra su organización, su funcionamiento, el procedi- miento y los recursos contra sus resoluciones.

"Procederá el recurso de revisión ante la Suprema -- Corte de Justicia, contra las resoluciones definitivas de dichos Tribunales Administrativos, sólo en -- los casos que señalan las Leyes Federales y siempre que esas resoluciones hayan sido dictadas como conse cuencia de un recurso interpuesto dentro de la juris dicción contencioso administrativa.

"III.- De aquellos en que la Federación fuese parte."

De lo anteriormente transcrito, observamos que las Leyes Federales contemplan la institución de Tribunales de lo Contencioso Administrativo, cuyo objeto es el dirimir las controversias que surjan entre los particulares y el Estado; por lo que consideramos que si se presenta un conflicto entre un particular concesionario y el Estado, el Tribunal competente para dirimir la controversia será el Tribunal Federal de lo Contencioso Administrativo, de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Asimismo, también consideramos de importancia lo -- que establece el artículo 124 Constitucional:

"Artículo 124.- Las facultades que no están expresamente concedidas por esta Constitución a los funcionarios Federales, se entienden reservadas a los Estados."

Del texto del artículo anteriormente transcrito queda claro que los Gobiernos Estatales no tienen competencia para conocer sobre conflictos relacionados con las vías generales de comunicación, toda vez que, se trata de una facultad expresamente reservada para la Federación.

Ahora bien, para hacer posible la transmisión de -- las ondas eléctricas que se encargan de enviar la imagen y el sonido a los aparatos receptores de la televisión, es necesaria la utilización del espacio aéreo; al respecto, la Constitución Política Mexicana establece en su artículo 42, lo siguiente:

"Artículo 42.- El Territorio Nacional comprende:

- "I.- El de las partes integrantes de la Federación;
- "II.- El de las islas, incluyendo los arrecifes y cayos en los mares adyacentes;
- "III.- El de las islas de Guadalupe y las de Revilla giego situadas en el Océano Pacífico;
- "IV.- La plataforma continental y los zócalos submarinos de las islas, cayos y arrecifes;
- "V.- Las aguas de los mares territoriales en la extensión y términos que fije el derecho Internacional y las marítimas interiores, y
- "VI.- El espacio situado sobre el territorio Nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho Internacional."

Según lo establece este precepto constitucional, el espacio situado sobre el Territorio Nacional se entiende como parte integrante de éste, siempre y cuando se respeten las normas del derecho Internacional; por lo que la Ley Federal de Radio y Televisión, partiendo de este concepto de la Constitución, preceptúa en su artículo 1º, que corresponde a la Nación el dominio directo del espacio territorial y consecuentemente, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, dicho dominio es imprescriptible.

Relacionándose este artículo con el 27 Constitucional, que expresa que es propiedad originaria de la Nación las tierras y aguas comprendidas dentro del Territorio Nacional y al ser éste un elemento del Estado sin el cual el mismo no podría estructurarse y mucho menos existir e

existir, nos da la pauta para considerar que el medio por el que se transmiten las ondas electromagnéticas que hacen posible la función de la televisión, es propiedad de la Nación y que ésta al autorizar su explotación mediante concesión o permiso, no transmite la propiedad del espacio, toda vez que se trata de un bien de dominio público, como se instituye en el artículo 29 de la Ley General de Bienes Nacionales, apartado A, fracción I, al señalar:

"Artículo 29.- Son bienes de uso común:

I.- El espacio situado sobre el territorio nacional con la extensión y modalidades que establezca el derecho Internacional."

Se hace notar que el Estado, en cuanto a su función administrativa y para el logro de sus fines, crea figuras jurídicas de las que se vale para otorgar a los particulares el uso y explotación del espacio aéreo, verbigracia, la Concesión y el Permiso. Mismos que según el objeto para el que se pretendan emplear, se otorgaron a éstos. Previamente a continuar con nuestra exposición, consideramos importante establecer la connotación de estos vocablos, al respecto, tenemos que el maestro Gabino Fraga -- considera que la Concesión "...es el acto por el cual se concede a un particular el manejo y explotación de un servicio público⁽⁺⁾ o bienes del Estado..." (25)

Por su parte, el Permiso según lo señala el maestro Rafael de Pina, es "... la autorización de la autoridad competente para hacer o decir algo..." (26)

(25).- Fraga Gabino, Derecho Administrativo, Porrúa, México, 1984, p. 104.

(26).- De Pina, Rafael, Diccionario de Derecho, Porrúa, - México, 1978, p. 112.

De tal modo, que para establecerse la diferencia entre una y otra, nos remitimos a lo que sobre el particular se señala en la Ley Federal de Radio y Televisión en sus artículos 9, 10 y 11, de cuya lectura se deduce que es necesario obtener concesión cuando el objeto de la programación que se pretenda transmitir por televisión es con fines comerciales, a diferencia de la programación cuyo objeto es la proyección de cultura, prestar un servicio público o bien cuando se trata de Canales Oficiales del Estado, ya que en estos casos sólo se requiere permiso.

Al ser la televisión un vehículo por medio del cual se transmite una programación que se integra de varios elementos como son: el informativo, publicitario, educativo-cultural y el recreativo; para referirnos a cada uno de ellos, debemos hacerlo a la luz de los preceptos aplicables de nuestra Constitución Política, toda vez que, de acuerdo a los principios que en ella se plasman, estas formas de proyección televisiva se encuentran permitidas por la misma.

Así tenemos, que por lo que toca a su aspecto informativo, su reglamentación Constitucional se enmarca en el artículo 6°. , de la propia Ley Suprema.

"Artículo 6°.- La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, a los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información estará garantizado por el Estado."

Es decir, en este precepto se garantiza en su párrafo final el derecho del gobernado para ser informado y, aún más a todo individuo que se encuentre en nuestro país, de igual forma, el derecho a manifestar con libertad su pensamiento, lo cual es considerado como una de las libertades básicas del ser humano y que constituyó un punto esencial en la ideología del Siglo XVIII, plasmado en la "Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano". (27) Este Derecho, la televisión lo ha venido ejerciendo por medio de sus transmisiones, mismas que según la letra de la Ley, no debe tener más restricción que las que previamente se señalan en la misma y que se refieren al respeto a los derechos de terceros, evitar la comisión de algún delito y no atacar a la moral ni al orden público. Por lo que respecta a la connotación de estos vocablos, Cabanellas en su Diccionario de Derecho define a la moral como lo "...concerniente a la conducta, espiritual, abstracto; relativo a la percepción o valoración del entendimiento o de la conciencia; perteneciente al fuero interno o a impulsos sociales; por contraposición a lo jurídico. Decente, decoroso, honrado, honesto, debido..."(28)

En cuanto al Orden Público, señala lo siguiente:

Más fácil es sentirlo que definirlo, y en la doctrina las definiciones dadas han sido las unas contrarias a las otras, sin poder determinar cuáles son sus límites, cuáles las fronteras, cuáles las líneas divisorias exactas del Orden Público. Como expresión del equi-

(27).- Andrade Sánchez Eduardo, Santos Azuela Héctor, y Otros, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Comentada, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 1985, pp. 17 y 18.

(28).- Cabanellas Guillermo, Diccionario de Derecho Usual, Buenos Aires, Argentina, Hellasta, S.R.L.- 1976, Tomo III, p. 376.

brio jurídico, inestable y difícil, por la complejidad de los elementos que en él se contrarrestan y compensan; se entiende el conjunto de normas positivas absolutamente obligatorias, donde no cabe transigencia ni tolerancia, para afectar a los principios fundamentales de una sociedad o las garantías precisas de su existencia..."(29)

Ahora bien, dentro de los aspectos restrictivos de la programación televisiva, consideramos que el que ofrece mayor dificultad para establecer un patrón de conducta, en cuanto a la manifestación de las ideas que en envían a través de la televisión, es la moral, ya que este concepto cambia según el lugar y tiempo en que se aplica, aún de persona a persona, toda vez que, es un concepto filosófico y subjetivo, que por su naturaleza es cambiante, ya que tratándose de la aplicación de estas ideas a la luz de los Ordenamientos del caso, tenemos que privarán los criterios de quienes detenten el poder, ya sea criterios liberales o conservadores, reflejándose esta situación en la programación, por lo que la moral siempre gravitará en cuanto a su concepción, de acuerdo a los intereses personales de cada individuo.

Así tenemos, que en base a la libertad de expresión y en teoría, por medio de la televisión se pueden manifestar las inquietudes y de la misma manera discernir sobre cualquier asunto o tema, o bien determinado punto de vista, cualquiera que este sea, sin que el Estado pueda coartar esta libertad, de igual manera, este precepto garantiza el derecho del gobernado a ser informado, come-

(29).- Cabanellas, Guillermo, Op. cit. p. 131.

tido que sin lugar a duda cumple el Estado a través de la televisión mexicana, pero como lo veremos en su oportunidad, en este aspecto existe censura del mismo.

Por lo que respecta a las transmisiones que proyecta la televisión mexicana, cuyo objeto es la Educación y la Cultura, tenemos que en el artículo 3º., Constitucional - se establece:

"Artículo 3º.- La Educación que imparta el Estado, - Federación, Estados y Municipios, tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano, y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y a la conciencia de la solidaridad internacional en la independencia y en la justicia."

De igual manera en su inciso C)., se determina:

"...Contribuirá a la mejor convivencia humana..."

Es importante destacar como otro de los fundamentos Constitucionales para la televisión, al artículo transcrito, toda vez que, la televisión es uno más de los medios por los cuales el Estado cumple con la función de educar al pueblo, tal como lo observamos con los diversos programas de este género que se transmite por televisión, así como las constantes campañas encaminadas para lograr la educación de los alumnos, verbigracia, clases de Secundaria, Tópicos Universitarios, Introducción a la Universidad, Prisma Universitario, Presencia Universitaria, Puedo hacerlo yo, etc.

En el aspecto cultural, consideramos que la televisión es importante para la impartición de la Educación --

por parte del Estado, ya que permite hacerla llegar a un núcleo importante de la población, incluso, a comunidades lejanas.

En el año de 1959, inició sus transmisiones el Canal Once del Instituto Politécnico Nacional, de conformidad con el Permiso (*) otorgado por la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, para la transmisión de programas educativos, culturales y recreativos, ahora bien, de acuerdo con el objetivo de su creación y en el año de 1969, se emitió un Decreto Presidencial, por el que se estatuyó que la Secretaría de Educación Pública, a cuyo servicio se encuentra el Canal -- Once, utilizaría éste para la transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social que estime convenientes, así como los demás que ordene el Ejecutivo Federal. (30)

Sin lugar a duda, consideramos que esta Estación Televisora dependiente del I.P.N., es la única en nuestro país que contribuye verdaderamente a difundir la cultura.

Por otra parte, al observar que una institución educativa de tal importancia y prestigio en nuestro país -- cuenta con un Canal Televisivo, consideramos lo benéfico que sería para nuestra sociedad, que nuestra máxima casa de estudios, la Universidad Nacional Autónoma de México, tuviera su propio Canal de Televisión, cuyo objeto fuera el de transmitir Cultura y Educar a la comunidad nacio--

(*).- Es importante destacar que este Canal desde su inicio, opera con Permiso, lo cual indica que su contenido de transmisiones no sería de lucro, tal y como opera actualmente.

(30).- Boletín emitido por Canal Once, Carta de Programación 1987, Cobertura, Series y Programas. Enero de 1987.

nal, además de mantener actualizada a la comunidad universitaria de las actividades que lleva a cabo tanto educativas como recreativas, por lo que proponemos que nuestra "ALMA MATER" tenga una tribuna de importancia, como lo es un Canal de Televisión propio, para que con mayor eficiencia continúe desarrollando sus objetivos en beneficio de nuestra patria, con lo cual se pueda contrarrestar la influencia negativa de la televisión comercial.

También el artículo 30., Constitucional es fundamental para la televisión mexicana, ya que en este precepto se determina la capacidad del ciudadano para poder obtener un permiso o concesión, cuyo objeto sea el hacer uso de la televisión como medio de comunicación, así tenemos que:

"Artículo 30.- La nacionalidad mexicana se adquiere por nacimiento o por naturalización."

"A).- Son mexicanos por nacimiento:"

"I.- Los que nazcan en el territorio de la República sea cualquier que fuere la nacionalidad de sus - - - padres."

"II.- Los que nazcan en el extranjero de padres mexicanos; de padre mexicano o de madre mexicana."

"III.- Los que nazcan a bordo de embarcaciones o aeronaves mexicanas, sean de guerra o mercantes."

En este precepto se establecen las formas para adquirir la nacionalidad mexicana lo cual es de suma importancia, ya que para que se pueda otorgar un permiso o - - concesión de algún Canal de Televisión, es necesario que-

el solicitante sea mexicano por nacimiento, de acuerdo con los preceptos contenidos en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Por lo que se refiere a las obligaciones de contribuir al Estado mediante el pago de impuestos, el artículo 31, Constitucional en su fracción IV, establece:

"Artículo 31.- Son obligaciones de los mexicanos:

"IV.- Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como del Estado y de los Municipios en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes."

Para entrar al estudio de la forma en que los concesionarios de Canales televisivos cumplen con esta obligación, recurrimos a la Ley publicada el 31 de diciembre de 1968, en el Diario Oficial de la Federación en la que se Establece, Reforma, Adiciona, disposiciones relativas a Diversos Impuestos Federales.

Esta ley, en su artículo 9º., estableció un impuesto gravado con una tasa del 25% sobre el total de los pagos que se efectúen con motivo de los servicios prestados en las empresas que funcionen al amparo de una concesión Federal, para usar y disfrutar bienes de dominio directo de la Nación, pues la imposición del 25% de los ingresos totales de las estaciones, debería cubrirse a partir del 1º. de julio de 1969, este gravamen recaía sobre los pagos en efectivo o en especie que recibían los concesionarios, eximiéndose de éste a la Federación, Esta-

dos, Municipios e Instituciones y Asociaciones de Beneficencia Privada.

Los concesionarios de este bien de dominio público, - (empresas mercantiles - con una función de especulación - comercial - lucro), no aceptaron cubrir el impuesto y antes de que entrara en vigor, la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, en un boletín que emitió con fecha 10 de mayo de 1969, informó a sus miembros el arreglo a que se había llegado con el Estado.

De esta forma se acordó entre los representantes de los concesionarios y del Gobierno, modificarse las disposiciones legales relativas, así aparece en primer plano, - un acuerdo por el que se autorizó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios de Radio y de Televisión, promulgado el 1º. de julio de ese año, por el que - el Ejecutivo Federal facultó a la Dependencia nombrada a renovar concesiones por un plazo de diez años, agregando el tiempo que faltare a las concesiones que estuvieran - vigentes; posteriormente, se emitió otro acuerdo mediante el cual, se adoptó una manera peculiar de pagar los impuestos y, se determinó la autorización a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a recibir el pago efectivo o en especie, de los concesionarios que así lo - solicitaron con un 12.5%, del tiempo diario de transmisión de cada Canal, además de que dicho tiempo se emplearía para las funciones que son propias del Estado, de - acuerdo con lo establecido por la Ley Federal de Radio y Televisión, sin que esto llegara a implicar una ingeren-

cia en las actividades de los Canales concesionarios. (*)

(*).- Al autorizarse que la televisión privada hiciera el pago de los impuestos que le corresponden de acuerdo a las obligaciones tributarias determinadas por el Código Fiscal de la Federación, ya sea en efectivo o en especie, ésto último fue adoptado por los Canales privados; haciéndose posible la transmisión de programaciones cuyo contenido es determinado por el Estado, mediante los Organos Administrativos dependientes de la Secretaría de Gobernación, lo cual contemplamos en detalle al tratar en su particularidad al Ordenamiento Legal aplicable.

2.2 ORDENAMIENTOS LEGALES QUE REGULAN A LA TELEVISION

Previamente al estudio que en el punto siguiente de este trabajo se hará sobre la Ley Federal de Radio y Televisión, es conveniente hacer referencia a los diversos -- Ordenamientos que de una u otra manera tienen aplicación en cuanto al contenido de la programación en las transmisiones televisivas en nuestro país, ya que estimamos que para que se tenga un conocimiento general sobre este aspecto del tema a estudio, es menester que conozcamos en su particularidad los Ordenamientos Legales que iremos -- señalando en el desarrollo del presente punto de nuestro capitulado.

LEY DE SALUD.

Fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, en su edición del día 7 de febrero de 1984, la cual derogó al anterior Código Sanitario de los Estados Unidos Mexicanos, del 26 de febrero de 1973.

En esta Ley, encontramos disposiciones de orden público (*) e interés social. (**)

(*).- Sobre este concepto, ya tratamos en la página 55 del presente trabajo.

(**).- INTERES SOCIAL.- La nulidad convencional bien de lo más ante lo menos, de la sociedad ante los particulares, del Estado sobre los súbditos. Según se define en el Diccionario de Cabanellas, Tomo II, - en la página 412, obra anteriormente citada.

Los objetivos de este Ordenamiento, persiguen el bienestar físico y mental del hombre, el mejoramiento de la calidad de vida humana y el disfrute de la salud que contribuye al desarrollo social.

Consideramos que estas disposiciones tienen aplicación en la televisión, toda vez que, regulan la actividad de ésta en su aspecto de programación, determinando la conservación, mejoramiento y restauración de la salud, por medio de normas que determinan si un producto puede ser anunciado o no, en base a que sea provechoso o nocivo para la salud, o bien que los ingredientes con que se fabrican los productos concuerdan con lo que se dice de ellos mediante los anuncios televisados, prohibiendo su difusión cuanto no están acordes a éstos, asimismo, establece para la televisión la obligación de destinar el tiempo que el Estado tiene por Ley para la realización de sus fines mediante la televisión, de difundir sus programas y campañas sobre conservación y mejoramiento de la salud en nuestra sociedad.

Dentro de las disposiciones de esta Ley que son aplicables, tenemos:

"Art. 184.- La acción extraordinaria en materia de salubridad general será ejercida por la Secretaría de Salubridad y Asistencia(*), la que podrá integrar brigadas especiales que actuarán bajo su dirección y responsabilidad y tendrán las atribuciones siguientes:

(*).- Ahora Secretaría de Salud.

"IV.- Utilizar libre y prioritariamente los servicios telegráficos y de correos, así como las transmisiones de Radio y Televisión."

En cuanto a las campañas contra el alcoholismo, el Artículo 185, fracción II, de este Ordenamiento, dispone que la Secretaría de Salud, los Gobiernos de las Entidades Federativas y el Consejo de Salubridad General, todos en coordinación para la lucha contra el alcoholismo, divulgarán mediante transmisiones de televisión los efectos del alcoholismo en el organismo humano, tratándolo como una enfermedad que se puede curar, haciendo notar las repercusiones sociales que genera a quien sufre este problema, dirigiendo especialmente esta información a -- los niños, adolescentes, obreros y campesinos, a través de programaciones específicas.

Otro de los objetos de esta Ley, es evitar el abuso de los medios masivos de comunicación en la publicidad que se hace para esta clase de productos, considerándose que éstos entran al seno de la familia, por lo que se trata de evitar que haya una influencia negativa en ésta, pues propiciaría su desintegración, lo cual el Estado debe evitar, pues al constituirse la sociedad primeramente con las células familiares, al desintegrarse éstas implicaría una disolución paulatina del Estado mismo.

Otra situación parecida, es la que se hace en apoyo al programa en contra del tabaquismo, el cual tiene su fundamento legal en el Artículo 188, Fracción II del propio Cuerpo Legal, en donde se determina lo siguiente:

"II.- La educación sobre los efectos del tabaquismo en la salud, dirigida especialmente a la familia, niños y adolescentes, a través de métodos individuales, colectivos o de educación masiva, incluyendo los de orientación a la población para que se abstenga de fumar en los lugares públicos".

De igual manera, esta Ley contiene disposiciones en lo que a publicidad se refiere, como en el caso del artículo 270, en donde se plasma la prohibición de atribuir a los productos de perfumería y belleza algún efecto terapéutico, ya en el nombre, indicaciones o instrucciones para su empleo, lo cual tiene aplicación cuando estos productos son anunciados por televisión.

Así tenemos, que de acuerdo a lo que se preceptúa en el artículo 301 de la Ley en comento, será objeto de previa autorización por parte de la Secretaría de Salud, el conjunto de actividades de publicidad que se realicen sobre la existencia, calidad y características, así como la promoción del uso, venta o consumo en forma directa o indirecta, de productos y servicios.

De la misma manera, esta Ley establece los requisitos para la publicidad de alimentos y de bebidas alcohólicas, mismos que se reglamentan en el artículo 307 de la Ley de referencia; esto es, con la idea de no dar a través de los medios de comunicación, como lo es la televisión, una idea falsa sobre la alimentación sana, nutritiva o se justifique el uso del alcohol como algo natural.

Por lo tanto, a efecto de proyectarse por la televisión la publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco, -

deberá ajustarse a requisitos tales como: dar información sobre las características, calidad y técnicas de elaboración, no presentarlos como productos de bienestar o salud, o asociarlos con celebraciones cívicas o religiosas, ni se autorizará se relacione esta publicidad con situaciones de progreso o éxito de un individuo, en los diferentes aspectos de la vida, como son el cultural al igual que el afectivo, sexual, familiar, de esparcimiento, deportivo, del trabajo, etcétera. Tampoco que en los comerciales se incluyan imágenes de niños o de adolescentes, ni que se haga directa o indirectamente - - - alusión a ellos; asimismo, este tipo de productos no deben consumirse en el anuncio en forma real o aparente, - lo anterior está establecido en el numeral 308 de la Ley que nos ocupa, de lo que se desprende que en éste se señalan lineamientos específicos para la proyección de - - productos nocivos para la salud, lo cual en nuestra opinión y desde ahora, mencionamos que no se observa por - - parte de la televisión en nuestro país, ya que es público y notorio que en los anuncios televisados de este tipo de productos, precisamente sucede lo contrario a lo anteriormente señalado.

En el artículo 310 de la propia Ley, se establece - que la publicidad masiva en los medios de comunicación social dirigida al público en general, referente a los - medicamentos de libre venta, deberá incluir en forma visual o auditiva la leyenda "PARA SU USO CONSULTE A SU MÉ DICO" ; esta disposición tiene su razón de ser, ya que - con ello se pretende evitar la automedicación del públi-

co consumidor, por los problemas graves para la salud -- que en ocasiones surgen por esta práctica.

Otro aspecto reglamentado en este artículo, es que en los productos mencionados anteriormente, se incluya - la advertencia de "ESTE PRODUCTO ES DE EMPLEO DELICADO - PARA LA SALUD", o bien, "EL ABUSO DE ESTE PRODUCTO PUEDE SER NOCIVO PARA LA SALUD".

En general, estas disposiciones para la publicidad - que actualmente se está proyectando por televisión, en - ningún momento se cumplen, circunstancia que no ha pasa- do inadvertida para los críticos mexicanos, como en el - caso del periodista que utiliza el seudónimo de "Cor", - que en su columna "El Fabricante de Estrellas", apareci- da el jueves 26 de marzo de 1987, en el Diario "EL Uni- versal", de circulación nacional en nuestro país, en las páginas 1 y 6, señaló:

"Ahora que los artistas ya no les interesa tan - to 'venderse' a un público como a una firma.

"Emmanuel dió nacimiento a la Estrella de - - Pepsi Cola y Lucía Méndez disfruta de la chispa de - la vida o sea que es la estrella Coca Cola.

"El apoyo de un consorcio ayuda a estar 'en -- pantalla' y además cobras muy bien la recomendación de un dentrífico antisarro: es el caso de Plácido - Domingo.

"No todos persiguen el lucro como la populari- dad latente, aunque Cantiflas hace la barba a Gui- llete.

"Mauricio Garcés, Pompín Iglesias y Flavio par- ticipan de la mexicana alegría, gracias a Carta - - Blanca.

"Quien le manda tener una larga y sedosa cabellera a Daniela Romo, ya es una marca de Shampoo.

"Christian Bach y Humberto Zurita introducen a a la buena mesa hogareña los vinos Los Reyes, al -- alcance de cualquier plebeyo.

"Los publicistas piensan que la palabra y la imagen del artista ayudan mucho a la promoción de los productos.

"Héctor Bonilla pertenece a Valores Juveniles-Bacardi, pese a que no es juvenil y tampoco bacardó filo; pero valor es el que le sobra - sea Barnum o el amigo.

"Tal parece que las figuras populares entran en la mercadotecnia. Es una magia distinta. Especialmente Manuel López Ochoa se multiplicó por 2 -- vestido de charro, a fin de anunciar los modestos -- cigarros Alas.

"Y el humo de los Montana, tiene por atractivos a Franco - ¡toda la vida! - Yuri - maldita prima vera -. Casi podemos asegurar que la rubia jarochita jamás ha consumido un tabaco, pero...

"No hay cláusula en el contrato que obligue a probar el producto(*). Porque en este caso Toño -- Infante ya tendría todas las películas de Videovisión o Claudio Brook cambiaría de Chrysler cada -- año. Acaso es posible que Claudia Córdova si utiliza en el baño un shampoo Alert.

(*).- Es necesario hacer la aclaración que de acuerdo a lo que determina el Artículo 308, de la Ley de -- Salud, cuando se efectúe la promoción por televisión de bebidas alcohólicas, o de tabacos, se prohíbe durante la transmisión ingerir este tipo de -- productos.

"Pero nos jugamos la cabeza a que Julio Alemán jamás verá en casa un televisor K2, así como Norma-Herrera tiene en su rincón de Chimalistac muebles hechos a su gusto y no los que fabrican Hermanos - V.

"Fernando Luján aprovecha las gangas ¡total! - ¡porqué criticarlos si hasta Rebeca Jones limpia el cuerpo con los jabones Grisi!

"Es el tiempo del consumismo y los artistas se complacen en ganar conforme a la necesidad.

"Jorge Vargas tiene el derecho de el chicharro nero, a probar las Sabritas, cuán sabrosas son.

"Donde si advierte uno la hipocresía es en los spot SEDUE-ANDA. Recomiendan el traslado a pie o en patín del diablo, gente que es floja en sí: Nacho -- López Tarso, Sergio Corona, La Yaqui, Mar Castro, - etc. ¡Si todos sabemos que Nacho va de la oficina - de Secretario General al Wings de las Calles de - - Altamirano y Antonio Caso a bordo del automóvil ... y con chofer.

'Actúan el comercial, pues. Y si actúan', fal-sean pues.

"Rosa Gloria Chagoyán anuncia las Botas 7 Le-guas pero no las llevó puestas la noche que en - - 'Nuestro Mundo' prefirió lucir un par de medias, -- enjoadas, que valen 13 millones y 700 mil pesos.

"En la televisión mexicana los artistas han sal-vado la economía gracias a ese patrocinio indus- -- trial; pero las ganancias aumentan cuando se utili-za a los nuestros en la red hispanohablante de los-E.U.

"¿Han averiguado el ingreso de Andrés García - como publicista de la FAB, con estas elocuentes pa-labras? 'para una limpieza impecable, pero escanda-losamente suave'

"El columnista Tony Broomer de 'El Norte' de - Monterrey, encontró una maravillosa paradoja política y comercial, digna de rematar el apunte: 'Dime -- qué anuncias y te diré quién eres'.

"Resulta que en la política del Estado de México, surge como candidato de la izquierda pobre el señor actor Don Carlos Bracho. Y es el mismo que -- explota a la derecha, cobrándole por un spot de las cápsulas Tylenol muy buenos dólares.

"¡Oh adaptación de actor! Pretende el papel de proletario pero con el estelar patrimonio de un -- burgués.

"Y para concluir, ¿qué anuncia usted que valga la pena o cuando menos su ingreso a esta columna?"

REGLAMENTO DE PUBLICIDAD PARA ALIMENTOS, BEBIDAS
Y MEDICAMENTOS

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 19 de diciembre de 1974.

Este Reglamento se expidió con fundamento en la Ley Federal de Radio y Televisión, así como en la Ley de Salud, mismo que tiene por objeto la protección de la salud individual y colectiva de la población nacional, respecto a la publicidad que se refiera a los alimentos y bebidas no alcohólicas, de bebidas alcohólicas, el tabaco, los medicamentos, los productos de perfumería, belleza y de - - aseo, los aparatos y equipos médicos, los estupefacientes y sustancias psicotrópicas, plaguicidas y fertilizantes, - procedimientos de belleza y otros.

Resaltamos que este Ordenamiento determina la organización de los Organos Administrativos respectivos, para la publicidad de los productos antes citados:

"Art.- 4.- La publicidad de alimentos, bebidas y medicamentos requiere la autorización de la Secretaría de Salubridad y Asistencia. (*)

"Art. 5.- El material publicitario que se elabore en otros países y cuya difusión se pretenda realizar en el territorio nacional, deberá obtener la autorización a que se refiere el Artículo anterior y sujetar se a lo establecido en este Reglamento."

(*).- Ahora Secretaría de Salud.

Así tenemos que se establecen las reglas para la difusión y exhibición de la publicidad comercial de los productos y actividades que regula este Ordenamiento y, que se propague por medio de la televisión, debiendo tener -- los interesados la autorización correspondiente, cuya vigencia será de dos años como máximo, tiempo que puede reducirse cuando así lo solicite el interesado.

De igual manera, se establece que la publicidad que se transmita debe ser en idioma español, con un contenido veraz y comprobable, evitando mencionar que quien consuma el producto anunciado, adquirirá valores de carácter espiritual o afectivo.

En el artículo 21, se trata de la publicidad que se dirige a los niños, misma que deberá ser clara y adecuada a los mismos; respecto a este numeral, hacemos resaltar - que de hecho la programación que actualmente se está dirigiendo a los niños, en ningún momento está cumpliendo con estos objetivos, tema que abordaremos con detalle en el - capítulo siguiente del presente trabajo.

En el artículo 22 del Reglamento en comento, se señala el requisito para la autorización de dicha publicidad, mismo que consiste en una solicitud que debe contener nombre y domicilio, registro ante la Secretaría de Salud, -- nombre del producto o del establecimiento, la cual se presentará por quintuplicado.

Por otra parte, en el artículo 24, encontramos disposiciones que señalan los supuestos, bajo los que no se de-

berá otorgar la autorización, los cuales son:

- 1.- Contrarios a las normas legales;
- 2.- Aconseje a realizar prácticas abortivas;
- 3.- Se difundan imágenes o redacciones que engañen al público sobre la calidad, origen, pureza, conservación, impute, difame o compare proyectivamente con otra marca o producto, que el consumo de ese producto implique factor determinante para el logro de prestigio social corrompa el lenguaje, sea contrario a las buenas costumbres, exprese ideas de violencia, crimen, ira, abuso, etc.
- 4.- Por lo que respecta a las bebidas alcohólicas, limita la publicidad a dar información sobre las características de estos productos, así como de la calidad y técnicas de elaboración.
- 5.- En el aspecto de tabacos, se limita a sólo hacer publicidad acerca de su calidad y pureza, prohíbense anuncios en que se muestre su elaboración y consumo directo.

LEY SOBRE EL ESCUDO, LA BANDERA Y EL HIMNO NACIONAL

Esta Ley se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el 8 de febrero de 1984, abrogando la Ley sobre las Características y el Uso del Escudo, la Bandera y el Himno Nacional.

Nos referimos a esta Ley, ya que como posteriormente se tratará, dentro de los señalamientos de la Ley Federal de Radio y Televisión, se encuentra la determinación de que los medios masivos de comunicación se empleen para conservar las características nacionales y exaltar a los valores nacionales.

El artículo 10, establece:

"Art. 10.- El día 24 de febrero será Día de la Bandera, día en que deberán ser transmitidos programas especiales en la Radio y la Televisión, destinados a difundir la historia y significado de la Bandera Nacional."

De igual manera, en el artículo 39 de este Ordenamiento se establece:

"Art. 39.- Queda estrictamente prohibido alterar la letra o música del Himno Nacional y ejecutarlo total o parcialmente en composiciones o reglas, se prohíbe cantar o ejecutar el Himno Nacional con fines de publicidad comercial o de índole semejante.

"Queda prohibido cantar o ejecutar los Himnos de otras Naciones, salvo autorización expresa del representante diplomático respectivo y de la Secretaría de Gobernación."

"Art. 40.- Todas las ediciones o reproducciones del Himno Nacional requerirán autorización de las Secretarías de Gobernación y de Educación Pública. Los espectáculos de teatro, cine, radio y televisión, -- que versen sobre el Himno Nacional y sus autores, y que contengan motivos de aquél, necesitarán de la aprobación de las Secretaría de Gobernación y de Educación Pública, según sus respectivas competencias.

"Las estaciones de Radio y Televisión podrán transmitir el Himno Nacional íntegro o fragmentariamente, previa autorización de la Secretaría de Gobernación, salvo las transmisiones de las ceremonias oficiales."

"Art. 41.- El tiempo que por ley le corresponde al Estado en las frecuencias de Radio y en los Canales de Televisión, en los términos legales de la materia, se incluirá en su programación diaria al inicio y cierre de las transmisiones, la ejecución del Himno Nacional en el caso de la Televisión, simultáneamente la imagen de la Bandera Nacional. El número de estrofas que deberán ser entonadas será definido por la Secretaría de Gobernación."

LEY FEDERAL DE TURISMO

Por medio de la televisión se difunden las actividades recreativas y turísticas, mostrándose lugares de nuestro país aptos para la recreación y descanso, así como de los recursos y atractivos turísticos nacionales e infraestructura con que se cuenta.

En este aspecto, la Secretaría de Turismo participa del tiempo que le corresponde al Estado para proyectar lo anterior, lo cual está regulado en los lineamientos establecidos en el artículo 33, de esta Ley.

CODIGO FEDERAL ELECTORAL

Publicado el día 12 de febrero de 1987, en el Diario Oficial de la Federación, mismo que derogó a la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, publicada en el Diario Oficial de 30 de diciembre de 1977.

En este Código encontramos disposiciones en las que se determina el uso del tiempo que corresponde al Estado en la programación de los Canales de Televisión privados, aprovechado por los Partidos Políticos para la proyección de programación relacionada con sus actividades.

También en esta Ley, se destaca la autonomía con que deberá contar todo Partido Político para estructurar y diseñar el contenido de su transmisión; sobre el particu-

lar, consideramos que con este tipo de disposiciones se otorga una tribuna a los Partidos Políticos para expresar libremente su forma de pensar, propiciando que la comunidad nacional se mantenga informada al respecto, cumpliéndose así con la libertad de expresión, uno de los principales objetivos de la Constitución Política Mexicana, cuya garantía se plasma en el Artículo 6°. de la misma.

2.3

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

El principal Ordenamiento que regula a la Televisión mexicana, es la Ley Federal de Radio y Televisión, que se publicó en el Diario Oficial de la Federación en su edición correspondiente al día 19 de enero de 1960, la cual entró en vigor al día siguiente de su publicación, derogando el Capítulo V, del libro Quinto, de la Ley de Vías Generales de Comunicación, exceptuándose lo relativo a las instalaciones de aficionados. Otro de los Ordenamientos legales en que se sostiene esta Ley, lo constituye el Reglamento de la Ley Federal de Radio y de Televisión y de la Industria Cinematográfica, que se refiere al contenido de las transmisiones y que posteriormente analizaremos en el presente trabajo.

La Ley Federal de Radio y de Televisión se estructura con seis títulos, en el orden que a continuación se señala:

- PRIMERO.- "Principios Fundamentales", con un solo capítulo.
- SEGUNDO.- "Jurisdicción y Competencia", un solo capítulo.
- TERCERO.- "Concesiones, Permisos e Instalaciones", con tres capítulos; 1°.- Concesiones y Permisos; 2°.- Nulidad, Caducidad y Revocación y; 3°.- Instalaciones.
- CUARTO.- "Funcionamiento", con cinco capítulos; 1°.- Operación; 2°.- Tarifas; 3°.- Programación; 4°.- De las Escuelas Radiofónicas y; 5°.- De

los Locutores.

QUINTO.- "Coordinación y Vigilancia", con dos capítulos; 1°.- Organismo Coordinador y 2°.- Inspecciones y Vigilancia.

SEXTO.- "Infracciones y Sanciones", con un solo capítulo.

Con base en lo anterior, en seguida transcribimos algunos de los preceptos que en nuestra opinión son aplicables al objeto de nuestro estudio y que se contienen en este Ordenamiento:

"Art. 1°.- Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electrónicas, dicho dominio es inalienable e imprescriptible."

Como lo expusimos en el primer punto del presente capítulo, este artículo encuentra su sustento en el artículo 27 Constitucional, en donde también se plasma el principio consagrado en dicho precepto Constitucional, en cuanto al dominio directo que tiene la Nación sobre el espacio territorial, a través del cual es posible el envío de las ondas electromagnéticas que transportan la imagen y el sonido a los lugares más recónditos del país.

"Art. 2°.- El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante Canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley."

De la lectura de este Artículo, se desprende que sólo tiene facultad para otorgar concesiones o bien permisos para el uso del espacio nacional, es decir, para la explotación de este bien de dominio público, el Ejecutivo Federal.

"Art. 3°.- La industria de la Radio y la Televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras, por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímil o cualquier otro procedimiento técnico posible."

Este artículo aborda los aspectos técnicos de las estaciones de televisión.

"Art. 4°.- La Radio y la Televisión, constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social."

Consideramos que este artículo es de vital importancia, ya que plasma que la televisión es una actividad que reviste un carácter de interés público, con lo que se cambió el criterio anterior que conceptuaba a la misma como un servicio público, tal y como se señala en el artículo 7°., de la Ley de Vías Generales de Comunicación, que a continuación transcribimos:

"Art. 7°.- Las vías generales de comunicación, los servicios públicos que en ella se establezcan, los capitales y empréstitos empleados en ellos, las acciones, bonos y obligaciones emitidos por las empresas, no podrán ser objeto de contribuciones de los Estados, Departamento del Distrito Federal o Municipios."

Al darle el carácter de interés público a la actividad que se desarrolla por medio de la Radio y la Televisión, se preve el beneficio a la sociedad antes del de los particulares.

Por otra parte, este artículo garantiza la protección y vigilancia por parte del Estado con el objeto de que se cumpla lo previsto en la Ley sobre el interés público, lo cual tiene carácter social.

"Art. 5°.- La Radio y la Televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración Nacional, y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. A través de sus transmisiones procurará:

"I.- Afirmar el respecto a los principios de la Moral Social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

"II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras, al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

"III.- Contribuirá a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

"IV.- Fortalecer las convivencias democráticas, la unidad nacional, y la amistad y cooperación internacional."

Como se desprende de este precepto, se pretende dar a la televisión una función social, procurando la integración y fortalecimiento de la Nación, el respeto a la dignidad humana y a la familia, además de evitar la ma?

formación de la niñez y juventud, entre otros aspectos.

El artículo 6°. , señala que para el logro de los fi nes preceptuados en el anterior numeral, el Gobierno Federal mediante el apoyo de los Gobiernos de los Estados, Municipios y Organismos Públicos, promoverá la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social y cívica.

Por lo que toca a la competencia jurisdiccional para conocer de controversias que se susciten al respecto, en el artículo 8°. , de esta Ley, se determina que compete su conocimiento en todo lo relativo a la televisión, a las Autoridades Jurisdiccionales Federales; ahora -- bien, de este artículo hasta el 12°. , de la Ley en comen to, se refiere a la jurisdicción y competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Gobernación, - Educación Pública y la de Salud.

En el artículo 13°. , se señalan los diferentes tipos de Canales de televisión que puede haber, dependiendo de su naturaleza y propósito, de ello se determina -- que sean comerciales, oficiales o culturales, dependiendo de ello, que para su funcionamiento requieran de con cesión o permiso.

La determinación que señala las características que deben reunirse por algún particular para obtener una con cesión o bien un permiso, se determinan en el artículo - 14°. , de la Ley en comentario; haciéndose mención que única mente podrá ser otorgado a los ciudadanos mexicanos por-

nacimiento.

De los artículos 15 al 39 de la Ley, se contienen disposiciones relativas a la concesión que el Estado otorga para la explotación del espacio aéreo en materia de comunicaciones eléctricas.

Del artículo 40 al 57, encontramos preceptos que marcan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los requisitos que debe exigir para la estructuración de las instalaciones, características y lugares por los que deben quedar éstas, en materia de comunicaciones eléctricas.

Los artículos 50 al 80, contienen disposiciones que se refieren a la competencia de la Secretaría de Gobernación para autorizar el contenido de las transmisiones.

En el capítulo III, título cuarto, se plasma la libertad de que debe gozar el concesionario o permisionario, para transmitir como para captar mensajes a través de este medio de comunicación, la cual será ejercida en los términos de la Constitución Política Federal. De igual manera, se impone la obligación de transmitir gratuitamente con una duración de 30 minutos diarios, pudiendo ser continuos o discontinuos, para la difusión de temas culturales, educativos y de orientación social. Desde nuestro punto de vista, este tiempo es poco para el logro de tales objetivos, toda vez que, estas funciones son vitales e importantes para la comunidad, por lo que se debe procurar que estas transmisiones se

aumenten en tiempo y los treinta minutos que se deben -- transmitir gratuitamente se vean prolongados a varios -- más, para así poder cumplir con el objetivo.

El artículo 60, entre otras disposiciones, contiene una de gran importancia, ya que obliga a los concesionarios de Canales televisivos a transmitir gratuitamente y con preferencia, los boletines que emita cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del Territorio Nacional para mantener el orden público, o -- bien con medidas encaminadas a promover o remediar alguna calamidad o mensajes de embarcaciones y aeronaves que se encuentren en peligro.

El artículo 61 en relación con el artículo 59 de la propia Ley, señalan por lo que respecta al horario en -- que el concesionario podrá proyectar sus transmisiones, que éste será oído y de acuerdo con él se le fijará el -- horario.

En el texto de los artículos 63 al 66, encontramos disposiciones que se encaminan a evitar que se dañe al -- lenguaje, que se ataque a la moral pública; fomentar el culto a los héroes nacionales, el buen gusto y la estabilidad del país; asimismo, se señala la obligatoriedad de transmitir programación que tenga el carácter de red nacional y, la prohibición de transmitir programas originados en el extranjero, (salvo los autorizados por la Secretaría de Gobernación).

El artículo 67, establece lo referente a la propa--

ganda comercial que se transmite por medios masivos de -
comunicación, como en el caso de la televisión, así tene-
mos que establece bases como la de mantener un prudente-
equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de -
la programación (ésta disposición se ve complementada --
con el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televi- -
sión y de la Industria Cinematográfica, que comentaremos
al concluir este punto, en que se señalan criterios para
decidir qué tiempo se debe considerar como "prudente - -
equilibrio"); la prohibición para hacer publicidad a --
centros de vicio de cualquier naturaleza; prohibición de
transmitir anuncios comerciales de productos industria-
les o de actividades que dañen al público o le causen --
algún perjuicio por la exageración, o la falsedad por la
indicación en los usos.

La disposición anterior reviste importancia, toda -
vez que, pretende poner un freno a la libertad del conce-
sionario ante la publicidad que se le pueda otorgar a de-
terminado producto.

En el contenido de los artículos 68 al 80, se en- -
cuentran una serie de disposiciones que tienden a evitar
que a las bebidas alcohólicas se les atribuyen cualida-
des, o que signifiquen algún status social, o bien se --
les otorguen características de las que carecen; por lo-
que respecta a los anuncios de productos farmacéuticos, -
no difundirse si no se cuenta con autorización de la Se-
cretaría de Salud. Por lo que toca a los programas de --
concurso, éstos no podrán ser proyectados si no existe -
previamente la autorización de la Secretaría de Goberna-

ción.

También deberá prevenirse al inicio de la transmisión, si su contenido es propio para la niñez y/o juventud, con ésto el legislador pretende que los padres de familia, una vez advertidos del contenido de la proyección, se encuentren en condiciones de prohibir a sus hijos, ver algún programa por no serles apto en razón de su edad.

En cuanto a los Programas Noticiosos o Informativos, éstos se referirán a acontecimientos políticos; sociales, culturales, deportivos y otros, ya sean nacionales o internacionales, pero en dichas informaciones se evitará causar pánico y deberá de mencionarse la fuente y el nombre del comentarista, por lo que entendemos que serán responsables de las mismas los que elaboren y emitan la información.

En el artículo 84, se señalan los requisitos que debe reunir la persona que quiera ser locutor, los cuales entre otros, son un certificado de aptitud, mismo que será expedido por la Secretaría de Educación Pública - - - (artículo 89), en estos certificados se comprenden dos clases de locutores; los locutores de categoría A y los de categoría B; en cuanto a los primeros, el individuo debe acreditar la terminación de estudios de Bachillerato; los segundos, de Secundaria, además de ser en cualquiera de las dos categorías mexicanos por nacimiento y cumplir con los requisitos que para este efecto señala el Reglamento respectivo.

El artículo 90, determina la creación de un Organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación, que se denominará "Consejo Nacional de Radio y Televisión", mismo que trataremos en detalle en el punto siguiente del presente trabajo.

En los artículos del 93 al 100, se consigna la facultad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para efectuar las visitas de inspección que estime pertinentes, para comprobar en las estaciones televisoras que su ingeniería, frecuencia y cualquier otro requisito que deba cumplirse por lo que respecta a los caracteres técnicos, se encuentren en regla.

En el último capítulo de esta Ley, se establecen sanciones y causas que les dan origen; a saber:

Se considera infracción las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad Nacional, a la paz y al orden público, a la alteración sustancial en los textos de los boletines proporcionados por el Gobierno para ser transmitidos.

Por lo que respecta a las sanciones que originen tales informaciones, en cuanto a infracciones técnicas, éstas serán impuestas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y por lo relativo a infracciones en el contenido de la programación, corresponde a la Secretaría de Gobernación, de acuerdo a lo regulado en el artículo 101 del Ordenamiento en comento.

En los artículos 103 y 104, se señalan los montos -

de las sanciones pecunarias.

Para finalizar, esta Ley en su artículo 105, dispone un procedimiento para la imposición de sanciones que se inicia con la obligación de la autoridad administrativa, llámese Secretaría de Gobernación o de Comunicaciones y Transportes, de oír a los presuntos infractores, previamente a emitir la resolución que corresponda.

De la misma manera, establece que cuando se trata de visitas de inspecciones técnicas (efectuadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes), si se encuentran irregularidades, se les concederá un plazo perentorio para corregirlas, sin que exista perjuicio de crear expediente de infracción, para que dicha autoridad dicte oportunamente la resolución a que haya lugar.

Hemos analizado en términos generales la forma en que está regulada la televisión mexicana, quedando únicamente por analizar, para completar este punto de nuestro capitulado, lo relativo al Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica, el cual se estudiará a continuación.

REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION
Y DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

Este Reglamento fue expedido bajo el mandato del Licenciado Luis Echeverría Alvarez, como Presidente Constitucional de los Estado Unidos Mexicanos, el cual se publicó en el Diario Oficial de la Federación en su edición correspondiente al 4 de abril de 1973.

En los considerandos de este Ordenamiento se contiene lo siguiente:

Primero.- Se determinó la necesidad de establecer un marco normativo para el desenvolvimiento de las actividades de interés público y, la necesidad de expedir disposiciones reglamentarias que precisen las relaciones entre el Poder Público y los particulares.

Segundo.- Se estableció sobre las atribuciones que la Ley Federal de Radio y Televisión concede a la Secretaría de Gobernación, para la regulación del contenido de las transmisiones; así como sobre los postulados legales mediante los cuales se establece que la televisión debe constituir un vehículo de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común, orientando este medio a la ampliación de la educación popular mediante el fortalecimiento de las funciones recreativas y fomento económico.

Ahora bien, consideramos de importancia señalar lo que este Reglamento preceptúa en su considerando Cuarto, en donde se establece la obligación de los concesionarios

de transmitir 30 minutos diarios continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros actos de interés general, nacionales o internacionales, garantizándose así el beneficio social para la comunidad, que ésto implica.

Por otra parte, en este Reglamento, también se señalan las facultades de la Secretaría de Gobernación, distribuyéndose las funciones que a ésta competen en relación con sus Organos Administrativos Auxiliares, para revisar y autorizar en su caso, los programas que se pretendan transmitir por televisión, dependiendo de su contenido.

De igual forma, se establecen disposiciones para regular los programas del extranjero y los concursos que se transmiten por televisión, estableciéndose los requisitos para su autorización y desarrollo, para evitar engaños y falsas expectativas por parte de los concursantes y del público en general; así también, se señala que las transmisiones de programas y publicidad que sean impropios para individuos de ciertas edades, deberán anunciarse con una advertencia previa sobre el particular antes de su emisión; lo anterior es importante, ya que de no ser así, esta programación penetraría indiscriminadamente a los hogares con sus respectivas consecuencias negativas, derivadas de un contenido no apto para determinado público, por las consecuencias nocivas que ello acarrearía para estos televidentes, por lo que esta disposición reviste especial importancia, pues dependiendo de -

la clasificación de la programación que se haga en base al contenido de las emisiones, los padres de familia vigilen que su hijos no reciban influencias nocivas que perjudiquen su formación, aunque por lo que respecta a estas disposiciones cabe señalar que en la televisión mexicana se hace necesario y urgente que se reestructuren y apliquen estrictamente por los Organos Administrativos encargados para ello, ya que es público y notorio que hay programas televisivos así como comerciales, que por su contenido y horario en que pasan, no son aptos para niños.

Otro aspecto interesante que se regula en este Ordenamiento, se refiere a la propaganda comercial, misma que para ser transmitida requiere de la mantención de un "prudente equilibrio", entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación, esto es, que con el propósito de no romperse el equilibrio cotidiano y narrativo del programa de que se trate, se prohíben interrupciones enervantes, disipadoras o desnaturalizadores, como el Reglamento en comento lo señala, que no es otra cosa que la prohibición de incluir en el transcurso de un programa, cuestiones ajenas que se prolonguen indiscriminadamente, como en el caso de los comerciales del patrocinador.

Estas reglas en que se determinó el establecimiento del "prudente equilibrio" entre los anuncios comerciales y el conjunto de la programación, tratan de programas cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural y narrativa, en donde no se podrán dar más de seis interrupcio-

nes por hora; si las transmisiones no obedecen a una continuidad narrativa, podrán hacerse hasta diez interrupciones por hora; estas reglas se encuentran contenidas - en el artículo 42 del propio Reglamento. Sobre el particular, hacemos notar que este precepto no se observa en la televisión comercial mexicana, toda vez que se proyectan durante un programa, comerciales que rebasan considerablemente la cantidad máxima indicada en el Reglamento, lo cual se palpa con facilidad cuando se transmite algún programa que acapara el interés general de la - comunidad, ya que la finalidad de ello es la de obtener el mayor lucro posible por parte de los patrocinadores - que anuncian sus productos.

Por lo que respecta al artículo 8°. del Reglamento - que nos ocupa, aquí se contienen las atribuciones y facultades que tiene la Secretaría de Gobernación sobre la autorización que le compete extender para la transmisión de programas de televisión emanados de la Ley Federal de Radio y Televisión y, la Ley de la Industria Cinematográfica. Estas facultades serán ejercidas por conducto de - las Direcciones Generales de Información y Cinematografía y el Consejo Nacional de Radio y Televisión, de los cuales hacemos referencia posteriormente en detalle.

En términos generales, las disposiciones citadas -- son las que consideramos de importancia para el objeto - de nuestro estudio y de mayor trascendencia; sin lugar - a duda, en este Ordenamiento, se reglamentan con mayor -

claridad y precisión cuestiones que complementan o bien - amplían las disposiciones legales que existen al respecto, pero observamos una clara contradicción en lo referente a la cantidad de interrupciones comerciales que se permiten por hora durante alguna transmisión, ya que en el - Reglamento, se señala que el tiempo destinado a la propaganda comercial no excederá del 18 por ciento del tiempo total de transmisión de cada Canal (art. 42), además, se señala que los cortes de estación no deberán exceder de - dos minutos y podrán hacerse cada media hora.

Por lo que respecta al artículo 43, se establece la - autorización temporal en el aumento de la duración de los períodos en la propaganda comercial, con la salvedad de - que éstos sean de interés general, así por lo que corresponde a las transmisiones de eventos deportivos, se permite que se superpongan en la imagen mensajes publicitarios de corta duración.

2.4 ORGANOS ADMINISTRATIVOS ENCARGADOS DE LA VIGILANCIA Y LA APLICACION DE LAS NORMAS QUE REGULAN A LA TELEVISION.

En la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, se encuentran señaladas las diversas autoridades y órganos que comprenden a la Administración Pública Federal, dentro de la que se encuentran las Dependencias - Públicas encargadas de la aplicación y vigilancia de las normas relativas a la televisión, estas facultades son - ejercidas con fundamento en lo que dispone al respecto - la Ley Federal de Radio y Televisión.

Ahora bien, partiendo de que todo lo relacionado -- con la comunicación por televisión es de competencia Federal, a continuación pasamos a tratar sobre los Organos del Ejecutivo Federal que tienen ingerencia sobre el particular, con objeto de que delimitemos las funciones y - atribuciones que competen a cada uno de ellos:

SECRETARIA DE GOBERNACION

A este Organó de Gobierno le corresponde la vigilancia y supervisión sobre el contenido de las transmisiones, así como vigilar el funcionamiento de los Canales Oficiales.

Para el desarrollo de este cometido, la Secretaría cuenta con Direcciones Generales y otras autoridades.

El artículo 10 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga competencia a esta Secretaría para realizar vigilancia de las transmisiones televisivas con objeto de que se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, no se ataque los derechos de terceros y no se cometa algún ilícito penal, o bien se evite la perturbación de la paz y el orden público.

La supervisión en las transmisiones de Radiodifusión (incluyéndose Radio y Televisión), se da en el caso de los programas dirigidos a la población infantil, cuidando que propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad, la solidaridad humana, la procuración de la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional, también que se promueva el interés científico, artístico y social de los menores, coadyuvando a su desarrollo y, además, que se proporcione una diversión sana.

De igual manera, compete a esta Secretaría de Estado el coordinar el funcionamiento de las estaciones de -- televisión que pertenecen al Gobierno Federal, así como -- imponer las sanciones y denunciar los delitos que se come tan por contravención a las disposiciones de esta Ley.

Por lo que respecta a los Organismos Auxiliares de esta Secretaría de Estado, tenemos a las siguientes:

CONSEJO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION

Este tiene su fundamento en el artículo 90 de la - Ley Federal de Radio y Televisión, en donde se contempla la creación de un Organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación, integrado por un representante de la Secretaría de Gobernación, por uno de la de Comunicaciones y Transportes, por uno de la de Educación Pública, por -- uno del Sector Salud, dos por la Industria de Radio y - - Televisión y dos por los trabajadores del ramo.

En el artículo 91 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se establecen las atribuciones de dicho Consejo, - las cuales son:

- "I.- Coordinar las actividades a que se refiere - - esta Ley.
- "II.- Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal.
- "III.- Servir de órgano de consulta del Ejecutivo - - Federal."

"IV.- Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones."

"V.- Conocer o dictaminar los asuntos sometidos a estudio y opinión por la Secretaría y Departamentos de Estado, o por las Instituciones, Organismos o personas relacionadas con la Radio y la Televisión."

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

El Consejo puede celebrar sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su Reglamento, con el objeto de cumplir con las funciones encomendadas.

Actualmente, las actividades de este Organismo de Gobierno se han restringido por causa de la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión, ya que debido a esta circunstancia su actividad se limitó a promover algunos concursos de programas, fomentar festivales y realizar algunos trabajos sobre diferentes tipos de programas; en la actualidad, la función coordinadora se ha venido realizando por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. En términos generales, este Consejo no desarrolla funciones específicas, por lo que consideramos que debe desaparecer, puesto que no realiza ningún papel de importancia en materia de comunicaciones eléctricas, ya que lo único que en realidad genera, es una carga económica para el pueblo, lo cual en los actuales tiempos de crisis es grave, ya que se desperdicia el presupuesto que esto implica.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Es el Organismo Administrativo encargado de todo lo relativo al aspecto técnico, de las comunicaciones eléctricas, así como de otorgar y revocar las concesiones en materia de Radiodifusión^(*), según se contempla en la Ley -- Federal de Radio y Televisión.

En la Convención Internacional de Telecomunicaciones efectuada en Atlantic, City, en el año de 1947, del cual México es parte, se definió a la Radiodifusión como un -- servicio de radiocomunicación cuyas transmisiones están -- destinadas a ser recibidas directamente por el público en general, incluyéndose en este servicio transmisiones de -- sonido o transmisiones de televisión, facsímil u otros -- medios.

La facultad conferida a esta Secretaría de Estado se desprende de lo que se preceptúa en el artículo 9°. de la Ley Federal de Radio y Televisión, en donde se establece entre otras facultades, la de otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de Radio y de Televisión, -- asignándoles la frecuencia respectiva, así como el de declarar la nulidad o caducidad de la propia.

Por otra parte, también se le confiere a esta Dependencia la facultad de vigilancia desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones -- y sus servicios, e imponer todo tipo de sanciones que procedan en la esfera de sus atribuciones.

COMISION TECNICA CONSULTIVA DE VIAS GENERALES
DE COMUNICACION

Esta Comisión es un Organó de apoyo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, fundamentándose sus actividades en la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Esta Comisión cuenta con un Reglamento publicado en el Diario Oficial de la Federación, el día 3 de agosto de 1984, en el cual se le confieren facultades para actuar como órgano de consulta interno de la Secretaría en lo referente a vías generales, medios de comunicación y servicios conexos, así como asesorar al Ejecutivo respecto de las funciones que sobre la materia le competen.

A mayor abundamiento, diremos que esta Comisión entre sus funciones cuenta con la de emitir opinión sobre las solicitudes de concesión para explotar los servicios públicos, que se presenten en cuanto a las vías generales de comunicación, como en el caso de las concesiones para operar Canales de Televisión.

Esta Comisión se integra de acuerdo con el artículo 3º. de su Reglamento, por representantes de la Secretaría de Comunicaciones, Comercio, Hacienda y Gobernación, además de sus Organismos Auxiliares, como son Ferrocarriles Nacionales, Caminos y Puentes, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, así como la representación de los trabajadores de los sectores sociales como son el público y el privado.

COMISION INTERSECRETARIAL DE RADIODIFUSION

Se creó por Decreto Presidencial, publicado en el Diario Oficial de la Federación en su edición del 21 de agosto de 1969; está integrado por las Secretarías de Gobernación, Hacienda y Crédito Público, Comunicaciones y Transportes, Educación Pública y la Secretaría de Salud.

Su finalidad consiste en utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en todos y cada uno de los Canales comerciales de televisión, de conformidad al Acuerdo por el que autoriza recibir de los concesionarios que lo soliciten, el pago en especie de sus impuestos, como se reglamenta en el artículo 9°. de la Ley Federal de Radio y Televisión, de lo cual ya tratamos con anterioridad.

Esta Comisión está facultada para instrumentar lo necesario para el pago de un impuesto en especie, traducándose en el aprovechamiento del tiempo de que dispone el Estado en cada uno de los Canales televisivos de carácter comercial; de lo anterior, tenemos que este Organismo es el único conducto del Estado que hace posible la transmisión de programa que se difunden por la televisión comercial con motivo del pago en especie del impuesto; de igual manera, esta Comisión deberá encargarse de la selección del material que envían las diferentes Dependencias del Gobierno Federal para cubrir el tiempo que se destina al Estado en la televisión privada.

C A P I T U L O I I I

CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION TELEVISIVA EN NUESTRO PAIS (CONTENIDO).

- 3.1 CLASIFICACION DE LA PROGRAMACION: A, B Y C.
- 3.2 C U L T U R A L.
 - A) EDUCATIVO
 - B) ORIENTACION SOCIAL
- 3.3 I N F O R M A T I V O
- 3.4 P U B L I C I T A R I O
- 3.5 R E C R E A T I V O

3.1 CLASIFICACION DE LA PROGRAMACION: A, B y C

Previo a entrar en materia y con objeto de que el lector se forme una idea clara de la programación televisiva que impera en nuestro país y su contenido, iniciaremos por diferenciar a la televisión Comercial de la Oficial, en sus características generales y en cuanto a los aspectos propios de sus transmisiones.

Así tenemos que desde su origen, la televisión privada requiere para estar en condiciones de transmitir su programación, de una concesión, la cual como ya lo explicamos es otorgada por el Estado y que es el medio por el que el particular estará en condiciones de explotar el espacio aéreo nacional con fines lucrativos, o sea que como una empresa legalmente constituida se dedicará a la producción de programas que al ser proyectados durante su transmisión, a la vez intercalan una serie de anuncios comerciales que realizan los productores de bienes o servicios, por lo cual pagan sumas verdaderamente elevadas, patrocinando el programa que se está transmitiendo. Por lo tanto y resumiendo, conviene dejar en claro que cuando el Estado autoriza a un particular la explotación de un servicio público, como el de transmitir la imagen y el sonido a distancia, el caso de la televisión con fines lucrativos, lo hace mediante una concesión, razón por la cual está autorizando para proyectar anuncios comerciales dentro de sus emisiones, siempre y cuando se cumpla con los lineamientos que se señalan en la Ley Federal de Radio y Televisión, y el Reglamento de la Ley Federal de Radio y

Televisión y de la Industria Cinematográfica, relativos al contenido de las transmisiones en la radio y la televisión.

De acuerdo a lo que se determina en la Ley Federal de Radio y Televisión en su numeral 13, que a la letra señala en el segundo párrafo:

"Artículo 13.- Al otorgar...

"Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso".

Como se contempla en el precepto transcrito, a diferencia de la televisión comercial, la oficial, desde sus orígenes nace con el objeto de proyectarse en beneficio de la comunidad para transmitir cultura, recreación e información, sirviendo como instrumento de la educación y de las culturas populares, contribuyendo al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud, preservando los valores en que se funda la identidad nacional. Por tal razón, para estar en condiciones de cumplir con su cometido, es necesario que para su funcionamiento obtenga un permiso. De lo anteriormente apuntado, consideramos que ha quedado establecida la diferencia que existe entre la televisión comercial y la oficial, atendiendo a su objeto, por lo que pasaremos a tratar lo relativo al contenido de la programación en ambos sistemas de televisión, en cuanto a sus características y diferencias.

En este orden de ideas, la televisión oficial no -- debe transmitir programación comercial, pero observamos -- que dentro de la televisión del Estado se están enviando -- un sinnúmero de programas de este tipo, situación que las autoridades administrativas han venido justificando, argu -- mentando que el Estado no cuenta con suficientes recursos económicos para sostener a la televisión oficial, por lo -- que busca allegarse de recursos fuera de lo que a sus fun -- ciones se confiere, para su mantenimiento.

Se hace notar que al inicio de la televisión ofi -- cial, ésta entró a un terreno en que existe un mercado -- acostumbrado a los programas que transmite la televisión -- comercial y que por lo tanto, se enfrentará ante esta si -- tuación con muy pocos recursos y sin ninguna experiencia -- para que se convierta en atractivo para el auditorio. Por -- tal razón algunos expertos como el caso del periodista -- Luis Javier Garrido, han opinado que:

"La distinción en el papel que desempeñan Televisa -- (empresa privada) e Imevisión (empresa pública) es menos -- importante en un país como el nuestro de lo que muchos -- creen, porque a fin de cuentas las empresas públicas tam -- bién han servido a intereses particulares. La diferencia -- esencial está en que la cobertura de ambas no es suscepti -- ble de ser comparada y este factor ha contribuido a deter -- minar su papel político .

"La deplorable situación de la televisión del Estado -- que no es sino un mal remedo de la televisión 'privada' -- no parece ser en todo caso accidental, sino más bien es --

tar propiciada por las propias autoridades. Los Canales nacionales de Televisa (2, 4, 5 y 9), sus emisoras locales y sus transmisoras son hoy en día, por consiguiente, el órgano de difusión del Estado, como los Canales de Imevisión (7, 13 y 22) lo son del gobierno; o más correctamente de una de sus dependencias, la Secretaría de Gobernación.

"Televisa ha sido en los últimos decenios el mejor sostén de la política oficial; no tan sólo su publicista inmejorable, sino un medio insuperable de control ideológico al definir un proyecto de país, que si no es el que oficialmente proclama los gobernantes, si es el que realmente desean." (31)

El contenido de la programación que se transmite -- por televisión, en el artículo 72 de la ley Federal de Radio y Televisión en relación con su numeral quinto, fracción I, de la propia ley, que tratan sobre la transmisión de programas y publicidad no aptos para los niños y la juventud, debe anunciarse con una advertencia al respecto y en el momento de dar comienzo la transmisión.

Así tenemos, que la programación debe clasificarse según su contenido, considerándose el tipo de público hacia el cual va dirigida; de lo que se tiene que el objeto de estas disposiciones es lograr el respeto hacia el mismo, ya que la programación se dirige hacia un auditorio heterogéneo, compuesto por individuos de diferentes edades, sexo y nivel cultural; circunstancia por la que en

(31).- Luis Javier Garrido, "La Jornada", abril 18 de 1986. pág. 7.

algunas ocasiones y por la naturaleza del programa que se transmite, no es conveniente que sea visto por determinados televidentes, dado que podría influir en forma negativa en cuanto al desarrollo integral de su persona o bien podría inculcarle valores de identidad o moral falsos.

En el Reglamento que trata sobre el Contenido de las transmisiones de Radio, Televisión y Cinematografía, en su artículo 23 establece:

Art. 23.- La Dirección de Cinematografía, autorizará las películas cinematográficas, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados de acuerdo con la clasificación siguiente:

- I.- Los aptos para niños, adolescentes y adultos, en cualquier horario. (Clasificación A).
- II.- Los aptos para adolescentes y adultos, a partir de las veintiuna horas. (Clasificación B).
- III.- Los aptos únicamente para adultos a partir de las veintidós horas. (Clasificación C).

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la proyección de algunas transmisiones a cualquier hora, independientemente de su clasificación la que es encomendada a una Comisión dependiente de la misma, para que en casos específicos y cuando, a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio al que va dirigido, su temática u otras razones similares.

De igual manera, en el artículo 26 se preceptúa que los concesionarios, por medio de locutor o de aviso en -- pantalla, anunciarán las clasificaciones que corresponden a los programas en los términos del artículo 23 del propio Reglamento, al iniciarse la exhibición y en el transcurso de ella cada diez minutos, utilizando algún mecanismo técnico de sobre-impresión que no afecte la imagen.

Por lo anterior concluimos que en lo que atañe a las disposiciones legales que regulan a la clasificación de la programación televisiva, se presentan las siguientes situaciones: En primer término, tenemos que el personal designado por la Secretaría de Gobernación y conforme a la Ley, encargada de la función de clasificar estas transmisiones, debe determinarse en el texto de la disposición legal, así como sus características y aptitudes profesionales con que deberán contar, dentro de las cuales consideramos que deben contenerse las aptitudes profesionales siguientes; personal suficientemente capacitado y con experiencia en las ciencias de la comunicación y de la conducta del hombre (psicología), tomando en cuenta los posibles efectos que se podrían generar con la recepción de determinados programas, así deberán incluirse profesiones que cuenten con conocimientos en sociología, pedagogía, psicología, ciencias de la comunicación y cualquier otra materia afín, que tenga aplicación sobre el particular, ya que de no ser así se continuaría con los vicios y defectos que actualmente tiene la programación televisiva en nuestro país, toda vez que en ningún momento se está cumpliendo con la función social de este medio de comuni-

cación como servicio público.

Al respecto manifestamos que es imperativo que estas disposiciones se cumplan cabalmente, para que la población se forme un criterio personal y esté en condiciones de elegir a la programación que desea ver y que en realidad sea su voluntad la que elija y no se trate exclusivamente de lo que se le ofrece de manera más vistosa mediante el constante bombardeo publicitario de determinado programa. Por otra parte esta Comisión Clasificadora deberá tener sumo cuidado al seleccionar algún programa y no sólo ocuparse de su contenido o título del tema en forma aislada, sino más bien deberá atenderse a la forma en que se aborda ese contenido en un programa de televisión, que sirva de guía para que los padres de familia tengan una sugerencia sana y desinteresada sobre los programas que deban ver sus hijos, poniendo especial cuidado en las transmisiones que puedan ser del conocimiento de los infantes para el objeto de que se les eduque y además, se les inculque su identidad nacional y los valores patrios que todo mexicano debe tener.

Estas reglas también deben aplicarse en los programas en vivo, puesto que nuestra legislación no lo reglamenta, ya que consideramos que al formar parte este tipo de programas de las transmisiones televisivas deben regularse bajo el mismo criterio.

Ahora bien, nos atrevemos a decir que el personal encargado de verificar la programación está cometiendo un

grave error, pues baste observar un tiempo reducido la -- programación televisiva, para que nos percatemos del ca-- rrente criterio con que está efectuando la clasificación, -- ya que hay ocasiones en que desde nuestro particular pun-- to de vista, se le da clasificación "A" a una transmisión que por su contenido corresponde a otra, ya que en ella - se proyectan imágenes que solo deberán ver los adolescen-- tes y adultos, o en otras que están dentro de la catego-- ría de los adolescentes y adultos, y que sólo la deben -- ver los adultos.

Así tenemos que este problema se hace objetivo al -- proyectarse por la televisión una programación que se en-- cuentra mal clasificada y que al llegar al público recep-- tor, si se trata de padres de familia carentes de una edu-- cación elemental y siendo que el Estado no se ha preocu-- pado por efectuar campañas, mediante las cuales se orien-- te al auditorio sobre la función que desempeña la clasifi-- cación de las transmisiones televisivas, resulta que se - propicia que los menores de edad vean un programa inadec-- cuado para su formación, ignorando las consecuencias que-- se pueden ocasionar en cada uno de ellos.

Por otra parte, opinamos que en la televisión mexicana la clasificación de la programación que se ha venido - encomendando a la Secretaría de Gobernación, se encuentra mal clasificada, al autorizar la transmisión de programas hechos en el extranjero, pues no se toma en cuenta los -- elementos que componen a nuestra sociedad, en relación a los programas, ya que éstos en su país de origen, han -- sido clasificados de una forma y se difunden en el nues--

tro como si se tratara de proyectarlos a la misma sociedad, sin tomarse en cuenta que tenemos otros valores y patrones culturales, así como una identidad diferente con raíces que nos identifican como Nación en términos generales, con una cultura propia que dista mucho de la del país que estamos importando programas de televisión.

Nosotros proponemos, en relación al problema que implica la clasificación de los programas televisivos, que en nuestro país la legislación en este aspecto sea más rígida y encomiende la función de clasificar a personal totalmente capacitado para ello, dándose a conocer a la población cual es el objeto de la clasificación, para que de esta manera sus hijos vean programas adecuados a su edad y sean ellos los conductos o sea los padres que impidan que los menores se asomen a realidades o a fantasías no apta para ellos.

3.2 PROGRAMACION CULTURAL

Previamente a tratar el presente punto, reiteramos - que la televisión es una forma de comunicación (*), mediante la cual se proyecta a la sociedad una serie de transmisiones que pueden ser de cualquier tipo, tal y como se señala en el artículo 51 del Reglamento de la Ley Federal de Radio, Televisión, y de la Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, mismo que establece en el apartado que corresponde al Consejo Nacional de Radio y Televisión, al señalar las facultades y atribuciones que le competen:

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

"I.- Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones. Para que el Consejo pueda cumplir con esta atribución, los concesionarios y permisionarios de la radio y televisión deberán:

"1.- Clasificar su programación en las categorías siguientes:

"a).- Noticieros.- Informes sobre sucesos locales, nacionales e internacionales, reportes meteorológicos, actos cívicos y sociales, comentarios y análisis.

(*).- La Comunicación, es un proceso del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos esto es fundamental en cuanto que la sociedad se funda en la capacidad que tiene el hombre para transmitir sus intenciones, sentimientos, sabiduría y experiencia de persona a persona; según se señala en el libro del maestro Francisco Gómezjara, Sociología, página 347.

"b).- Deportes.- Presentación de juegos y eventos locales, nacionales e internacionales; organización deportiva; oportunidades para la práctica del deporte, instrucciones deportivas, noticias, comentarios y análisis.

"c).- Entretenimiento.- Los programas destinados a este fin: música, drama, variedades, comedia, telenovelas, concursos.

"d).- Cuestiones económicas y sociales.- Informes sobre producción nacional industrial, agrícola y minera; importaciones y exportaciones; movimiento de precios, desarrollo comercial e industrial; seguridad social, ferrocarriles y comunicaciones; desarrollo de las ciudades; comentarios y análisis.

"e).- Actividades de naturaleza política.- Informes sobre nuevas leyes; actividades del Ejecutivo y del Congreso; informes de partidos políticos; -- elecciones en la República; charlas, comentarios, -- discursos; opinión de prensa, editoriales, mesas -- redondas.

"f).- Programas Culturales.- Para comprensión y entendimiento de la literatura, música, bellas -- artes, historia, geografía, ciencias sociales y naturales, tanto nacionales como extranjeras, programas -- preparados por o con la cooperación de las Universidades, museos, bibliotecas y otras instituciones de cultura; conferencias y conciertos; orientación profesional y vocacional; noticias sobre libros, exposiciones y conciertos, comentarios y análisis."

De lo anterior, tenemos que una de las categorías de especial importancia, es la que se plasma en el inciso -- f , mediante el cual se clasifica a la programación Cultural.

Para el estudio de este punto, comenzaremos por precisar el concepto de transmisión de cultura, para cuyo --

efecto adoptamos el criterio del maestro Francisco Gomezjara, quien entiende por transmisión de cultura a través de los medios de comunicación, como en el caso de la televisión, lo siguiente: "...Es este un proceso de socialización por medio del cual se unifica la sociedad, al otorgarle una amplia base de normas comunes, valores y de -- experiencias colectivas..." (32)

Este autor señala que se debe tener cuidado, pues se corre el peligro de transmitir una visión estandarizada de la cultura, sobre todo en los países en que las transmisoras, editoras, productoras de películas, o televisoras son privadas, y no tienen otra finalidad que el -- lucro, de ahí que elijan el camino más fácil para aumentar sus ganancias; verbigracia, los temas relacionados -- con la conducta primitiva, no elaborada ni educada, la -- que no requiere meditación, estudio o raciocinio; el pseudosexo, los hechos de sangre y las crónicas deportivas.

a).- EDUCATIVO

El empleo de la televisión para fines educativos, se inició en un época crítica para la Nación, enmarcado en -- las contradicciones de clases sociales que se generaron a partir del movimiento estudiantil de 1968 y el malestar -- general representado en movimientos urbanos y sociales, -- con los que se palpaba el malestar social. (33)

(32).- Francisco Gomezjara, Sociología, Porrúa, México, -- 1986, pp. 360 y 361.

(33).- Florence Tuossaint, Alberto Rojas Zamorano, entre -- otros, Op. cit. pp. 125 y 126.

Con este antecedente, el gobierno y la iniciativa -- privada se vieron en la necesidad de emplear a la comunicación de masas, (*) para que contribuyera en la solución del problema que se venía generando al no ser suficientes los medios educativos para satisfacer las necesidades de la sociedad que cada día iba en aumento. Para ello se utilizaron especialmente los medios televisivos estatales.

(*).- Comunicación de Masas.- Son los canales artificiales de la relación interhumana cuando transmiten -- unilateralmente alocuciones o mensajes (para todos). Son aquellos cuya carga de significaciones -- tiende a establecer un nivel de uno-para-todos, es decir de lo impersonal a sus contenidos, para no -- ser selectivo de sus alcances. El hombre masificado se siente parte imprescindible y sustituible de un sistema de fines preordenados por el designo -- ajeno. Dentro de esta masa el otro pierde sentido -- de mí, y así pierdo el sentido de mí mismo, según -- señala el comunicólogo Jesús Manuel Martínez, en su libro Ideología y Medios de Comunicación. Amorrortu Editores. Buenos Aires. 1974. pp. 95 y 96.

"Sin duda en México es el Gobierno Federal, el que cuenta con mayor experiencia en el uso de los medios para la educación. Empero las acciones gubernamentales en este campo aunque significativas, han sido las más de las veces improvisadas, dispersas, desarticuladas, discontinuas y poco coherentes. Diversos organismos del gobierno han participado en el uso educativo de la televisión. Sin embargo hasta la fecha no ha existido un organismo rector capaz de sintetizar, racionalizar, planificar y evaluar los esfuerzos gubernamentales en esta área. Así el elevado financiamiento y los innumerables recursos humanos y materiales que el Estado da a esta labor han sido desaprovechados en buenas medidas (recursos por cierto mucho mayores que los de la iniciativa privada). Sus actividades se han orientado principalmente a apoyar sus programas de educación formal escolarizada o a formar sustitutos de éstos."(34)

(34).- Ibidem. - p. 127.

En este aspecto la televisión oficial se ha venido preocupando desde que generó la creación del Canal Once de Televisión, cuyo objetivo desde su origen es el de transmitir la educación, además de que al ir construyendo Empresas Paraestatales para el mismo fin, dejó de manifestarse cumplir con esta idea al integrarse la Red IMEVI--SION en el año de 1985, uno de sus principales objetivos fue el de transmitir la educación por estos medios, por otra parte, dentro del tiempo que dispone el Estado en cada uno de los Canales televisivos comerciales, con el que éstos pagan sus impuestos; él mismo lo emplea en un mayor porcentaje a divulgar temas culturales-educativos orientados y constructivos.

Como muestra de ellos tenemos a la Telesecundaria, la cual es una de las pruebas contundentes del interés del Estado por transmitir la educación a través de la televisión; investigaciones recientes, han demostrado que los costos por estudiante son considerablemente más bajos que en el sistema de enseñanza normal o directo, con un aprovechamiento semejante en cuanto a rendimiento se refiere.

Este tipo de enseñanza se dirige a los sectores marginados de la población, ya que de otra forma sería muy difícil que pudieran tener acceso a la educación media. Cabe apuntar que el plan de estudios con que se desempeñan es el que corresponde al aprobado por la Secretaría de Educación Pública.

De igual manera, Tele-alfabetización es otra realidad educativa implementada a través de la televisión, iniciada

a partir de los años ochentas y que ha tenido el propósito de apoyar a los programas de educación primaria y de alfabetizar a la población adulta.

Por lo que se refiere a la educación de nivel superior mediante la televisión, se ha venido efectuando con el apoyo de instituciones como la Universidad Nacional -- Autónoma de México, la transmisión de programas sobre diversos temas a nivel superior, como es el caso de la genética, nefrología, hipertensión arterial, aparato digestivo, nutrición, seguridad social, entre otros, los cuales tienen desarrollo mediante series denominadas "Tópicos -- Universitarios", "Presencia Universitaria" y "Desde la -- Universidad", por señalar algunos.

También el Estado a través de sus Canales, se ha -- ocupado de programar un sinnúmero de transmisiones cuyo -- objeto es el de educar a los niños, a través del entretenimiento, como es el caso de las series tituladas: "Chicos y Grandes poniéndonos de acuerdo", "Dibújame un - - - Cuento", "El Trompo y el Lápiz", "Tiempo de Niños", "Tilichez, Trebejos y Cachivaches", "La Liebre Reportera" - - entre otros, cuyo objetivo primordial es el de orientar -- al niño, estimulando su iniciativa en la solución de problemas, en el tratamiento del tema que se plantea; asimismo, la orientación que se imparte para maestros y padres de familia, partirá siempre asumiendo una actitud de respeto y consideración para la opinión del niño. (35)

(35).- Boletín de Televisión del Once, publicado en enero de 1987.

Sobre el particular, consideramos de interés transcribirla nota publicada, en relación a la programación educativa infantil, el jueves 23 de abril de 1987 en el diario "El Nacional";

"CANAL ONCE HA DEDICADO GRAN ESPACIO A LA PROGRAMACION INFANTIL". (EN LO QUE VA DEL AÑO).

"Importante espacio y apoyo otorga el XEIPN, a la programación infantil, integrada por casi media docena de emisiones de carácter informativo, cultural y de esparcimiento.

"Canal Once, ha diseñado su barra para el teleauditorio menudo, acorde a un axioma que ha adoptado como la base coordinadora: hacer a los pequeños - - entes activos y participativos.

"Cabe destacar que desde su punto de partida, - ha tenido constante preocupación por los niños, que se ha manifestado en diversos programas que recordamos con beneplácito por la aceptación lograda cuando se transmitieron.

"Entre otras emisiones, destacan: 'Teatro Mágico', 'El Trompo y el Lápiz', 'Dibújame un Cuento', - 'Los Amigos de Polito', 'Los Cuentos de María - - - Luisa', 'Tiempo de Niños', 'Tiliches, Trebejos y Cachivaches' y 'Yo te Quiero Preguntar'.

"De acuerdo a la información de la unidad de - - prensa de la emisora XIEPN, los objetivos, inscritos en el marco de propósitos de la SEP y que se manifiestan en distintas emisiones infantiles de Canal - Once son: reforzar el sentimiento de identidad nacional, el interés por las ciencias y las artes, así - - como el de crear conciencia crítica y estimular la expresión del pequeño en todos sus niveles, entre - - otros.

"De los programas que transmite, figuran 'Cre- - ciendo Juntos', 'Aprendamos Juntos', 'Chicos y Grandes Poniéndonos de Acuerdo' y la 'Liebre Reportera', noticiario conducido por la pequeña María Fernanda.

"Cada emisión establece el planteamiento del te

ma que se presenta y guarda estrecha relación con -- las expresiones escolares de los pequeños, que persiguen orientar al teleauditorio menudo para estimular su iniciativa en la solución de problemas específicos."

En este renglón, la participación de la empresa televisiva comercial es menor que la del Estado, pero es justo reconocer que ha tenido especial importancia por su -- significado en la programación de contenido educativo, la cual está acorde con los planes gubernamentales.

"...De una forma u otra, a Televisa la ha servido la coordinación con el Estado en cuanto a programaciones educativas, a legitimar su proyecto cultural, defender sus intereses económicos y políticos, así como a mejorar su imagen pública. Si bien su inversión en dicha programación no ha sido redituable, de manera indirecta ha beneficiado a sus negocios al contrarrestar la crítica sobre el comercialismo, la transnacionalización y la culturación de la comunicación social. Nuevas fórmulas de funcionamiento, experimentadas son la serie 'Plaza Sésamo', prometen mejorar las perspectivas comerciales de los mensajes educativos en un futuro no muy lejano."(36)

Otro elemento que se ha venido utilizando para fines educativos por la televisión comercial, es el empleo de la telenovela; aprovechando que ésta posee toda una estructura que se introduce en las masas, toda vez que se apoya en la teoría de la comunicación y en la teoría del aprendizaje social, con un ente primordial llamado melo--

(36).- Ibidem, p. 134.

drama, que por su comprobada popularidad y por considerársele un vehículo idóneo, para afirmar los valores positivos de la sociedad y por la experiencia ya adquirida a través de este género, llegar a modificar la conducta de las masas.

Así tenemos que las telenovelas educativas se han introducido en el campo de la programación por primera vez en el año de 1975, con la telenovela denominada "Ven Conmigo", la cual dió pauta a la producción de "Acompañame" y "Vamos Juntos", durante los años de 1977 y 1979 respectivamente. (37)

La televisión comercial en las últimas fechas, ha tratado de proyectar programación con temas culturales, misma que ha sido avalada por intelectuales del país, -- otro ejemplo de ingerencia del consorcio televisivo en la cultura, es la creación del Museo Rufino Tamayo (ahora administrado por el Estado); a tal grado ha llegado la preocupación de Televisa que ha destinado un Canal -- televisivo para la transmisión de programas que llama -- culturales, como el caso del Canal 9, a lo que el -- -- comunicólogo Humberto Musacchio comenta "... se trata -- de otro rasgo interesante del proyecto cultural de la derecha. Sometida a insistentes críticas por el desprecio con que sus dueños veían la cultura, la televisión comercial decidió lavarse la cara. Ya no sería Raúl Velasco -

(37).- Ibidem. p. 136.

quien dictaminaría que es cultura. Televisa depositó esa función en sus jóvenes de la generación anterior a Par-chís, a la cual reforzarían algunos veteranos como el caso de Jacobo Zabłudovsky, Félix Cortés Camarillo, y ... bueno, Televisa no contaba con personal propio suficiente. De ahí a que se haya puesto especial empeño en llamar a gente de otros rumbos, sin que importara en principio la inevitable diversidad ideológica..."(38)

Continúa señalando el autor "...el Canal 9, puede ser un vehículo para formar un público que compre los libros de Diana y Edivisión, los discos de las grabadoras de Televisa, los videos que produce el propio consorcio, sus revistas, periódicos y otras mercaderías. (39)

La programación que la empresa Televisa llama cultural, obedece a una estricta elaboración en la que se destaca la manera caprichosa e intencionada, con el fin específico de propiciar la transculturación nacional a través de la transmisión de la penetración cultural extranjera, que genera la pérdida paulatina de nuestras raíces culturales y por lo consiguiente de nuestra identidad nacional, sobre el particular abundaremos al tratar el siguiente capítulo de nuestro trabajo.

Ante tal situación, el SNTE (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación), se ha manifestado en más de una ocasión de la siguiente manera: "Ya basta de manga ancha con la televisión. Es necesaria la acción oficial para controlar la calidad, no solamente de los pro-

(38).- Humberto Musacchio, Florence Toussaint y Otros, - Op. Cit., p. 152.

(39).- Ibidem, pp. 153 y 154.

gramas, sino de los comerciales que en su mayoría resultan vulgares y fomentan malos hábitos. Deben de ponerse programas de tipo social e inclusive político para que el pueblo esté politizado y conozca sus derechos y obligaciones, en lugar de proyectar los cortos importados -- que propician el uso de drogas". (40)

(40).- Olmos Carlos, publicado en el periódico "El Día", el 4 de noviembre de 1981.

b).- ORIENTACION SOCIAL.

Dentro de este género se encuentran los programas -- que proporcionan orientación al individuo sobre como debe comportarse dentro de nuestra sociedad, o bien referente a la actitud que debe adoptar frente a determinada situación o problema, proponiéndole en algunos casos la solución de éste.

Así tenemos que por medio de la televisión, se transmite al telespectador programas que se encaminan al logro de tal objetivo; dentro de las televisoras que tienen el mayor número de estos programas tenemos el Canal Once, -- del IPN, el cual mediante series como "Espero un Bebé", -- en la que se proyecta todo lo que una mujer debe saber, -- cuando lleva y sustenta en sus entrañas a su futuro hijo, y de los cuidados dentro de los primeros años de vida, se comprende de capítulos como: 'EL RECIEN NACIDO', 'ENFERMEDADES DEL BEBE', 'ALIMENTACION DEL BEBE', entre otras. Esta serie se integra de 13 capítulos, que será exhibida en el periodo del 1° de marzo al 1° de junio de 1987.⁽⁴¹⁾

Con este mismo objeto, se presentan series como el caso de "EL CUERPO HUMANO", en donde se le orienta al espectador la importancia de conocer su cuerpo y las actividades que debe efectuar para tenerlo siempre en equilibrio simbiótico y no caer en enfermedades.

De igual forma, nosotros colocamos dentro de este -- apartado, a los programas en que se pretende establecer --

(41).- Boletín emitido por Canal Once, enero de 1987.

un acercamiento entre los gobernantes y gobernados, invitando a las diversas autoridades al estudio (*), para que las preguntas emitidas por vía telefónica sean contestadas por los representantes gubernamentales a los telespectadores con inquietud sobre determinado problema social. Este tipo de programación la encontramos especialmente en la televisión Estatal.

"La sociedad y sus intereses están representados en IMEVISION, los programas de opinión, los informativos noticiosos, las entrevistas, el uso del tiempo oficial así lo aprueban". (42)

Por su parte, dentro de los programas que sobre el particular proyecta la televisión comercial, básicamente se encuentran los que emite el Estado en estos Canales -- durante el tiempo que le corresponde por pago de los -- impuestos.

Consideramos que en este sentido, la televisión del Estado ha venido desarrollando desde algunos años atrás, la función de orientación social de manera cuidadosa y -- aportando conocimientos que si no son los necesarios, por lo menos se trata de los fundamentales para todo individuo al vivir en sociedad y por lo que se refiere a la televisión comercial, no se han manifestado muestras claras que pretendan tal función, y si es que se llegaran a darse siempre serán inducidas a que el individuo se encamine a realizar conductas que favorezcan sus intereses como el de consumir.

(*).- Nos referimos al lugar desde el cual está emitiendo la programación.

(42).- Boletín emitido por IMEVISION, en mayo de 1985.

3.4 CONTENIDO INFORMATIVO

En este aspecto existen dos subgéneros que son:

NOTICIOSO.- Todos los noticiarios y cortes informativos, que presenten en forma objetiva información sobre los acontecimientos, tanto nacionales como internacionales.

NO NOTICIOSO.- Reportajes, entrevistas de análisis y comentarios que amplían o refuerzan la información sobre diferentes aspectos como financieros, agropecuarios, de desarrollo político, periodístico, etc. (43)

Los noticiarios en la televisión mexicana nacen con ella misma, el primer noticiario que se transmitió fue -- "NOTIMUNDO", iniciado el día 5 de diciembre de 1950 con una duración de dos horas, su director y redactor fue -- Jacobo Zabłudovsky, del diario "El Universal", dicho programa se emitía diariamente a las 19:30 horas por el -- Canal 4, bajo el patrocinio de la General Motors.

Así le siguieron algunos diarios de la Ciudad, como el caso de 'Novedades', 'Día a Día' y el diario 'Excelsior', los encargados de producir los noticiarios que serían transmitidos por la televisión de aquella época. (44)

Las primeras imágenes de los noticiarios que se iniciaron a transmitir por televisión, fueron fotografías de los mismos diarios.

(43).- Boletín emitido por IMEVISION, en mayo de 1985.

(44).- José Luis Gutiérrez Espíndola, Florence Toussaint, Fernando Mejía Aguirre Barquera y Otros. Op.Cit., pp. 65 y 66.

Ahora bien, copiándose el modelo de este tipo de programas emitidos en los Estados Unidos de Norteamérica, en nuestro país se comenzó a intercalar a la programación noticiosa, anuncios de los patrocinadores, lo cual ocasionó que el noticiero se segmentara.

En principio los noticieros eran breves, ya que no duraba su emisión más de diez minutos. Al iniciarse la década de los sesenta, los telediarios (*) tuvieron una gran innovación, ya que se incorporó a las emisiones de televisión la magia del Video-Tape, significando este sistema de grabación de la imagen y el sonido en la transmisión de noticias, un adelanto; como dato complementario, mencionamos que entre los principales informes noticiosos que se dan a través de este invento, tenemos a los funerales del Papa Juan XXIII y del Presidente de los Estados Unidos de América, Jhonn F. Kennedy, en el año de 1963.

Durante el año de 1965, se generó un nuevo adelanto en la programación de este tipo, ya que se dió comienzo a las transmisiones por Vía Satélite, con el artefacto denominado "El Pájaro Madrugador", primer Satélite Espacial estacionario.

Por estas fechas, en los Estados Unidos, la cadena de noticias NBC (National Broadcasting Corporation), en su programa noticioso denominado "Hoy", comenzó dentro de sus transmisiones a pasar entrevistas en el estudio y comentarios. En nuestro país, esta forma se adoptó y se

(*).- Nos referimos a telediario, porque todas las noticias y las gráficas fotográficas con que se ilustraban, eran extraídas de los diarios patrocinadores.

empezaron a transmitir para el año de 1967, programas -- que contenían estas características, como el "Diario - - Nescafé".

Este fue un noticiario matutino, en el cual intervinieron gente como Jacobo Zabłudovsky, Lourdes Guerrero, - Graciela Leal, entre otros. Este noticiario se apoyaba en los reportajes efectuados por sus colaboradores; en su - época fue impactante y desplazó a los demás noticia- - rios. Este programa invitaba para entrevistas a gente -- del medio artístico y a funcionarios públicos.

De lo anterior tenemos que la televisión mexicana, - ha venido copiando la forma en que se integran los pro-- gramas de Estado Unidos de Norteamérica, y los ha proyec- tado a través de sus Canales televisivos, sin ser una -- excepción los programas noticiosos, que en la actualidad son programas musicales a los que se les inyectan unos - diez minutos de información noticiosa.

Por lo que corresponde a la televisión estatal, te- nemos que los objetivos a desarrollar al respecto, se re- fieren al compromiso de hacer de los noticiarios un - -- vehículo de servicio y no de un medio informante, enaje- nador o improvisado. De esta forma, la noticia no está - al servicio de los que la emiten sino de la historia; -- con estos postulados se inició la transmisión del noti- ciero ENLACE, que se transmite por el Canal Once del - - Instituto Politécnico Nacional, el cual pretende ser el puente entre el hecho y quienes, de una u otra manera, - se verán influenciadas por el resultado del vivir coti- diano.

"Se pretende informar, no confundir, no despegar de su contexto histórico las noticias. De esa manera se ha hecho Ley el mensaje escrupuloso de la noticia. Se duda por sistema y sin la confirmación de los hechos, se prefiere no emitirlos.

"Los mecanismos de selección de información, así como el quehacer total del noticiario, se sustentan en el análisis de la información y en el concenso de quienes intervienen en la factura última del noticiario.

Con ello también se garantiza el manejo honesto y la objetividad de la información, sin los recursos de otras emisoras, el noticiario de el Canal Once, mantiene una red de información con casi todos los Estados del país y en más de cinco países del Mundo, con sociólogos encargados del análisis de contenido, con profesionales del periodismo en el quehacer de la noticia y con la voluntad y la firmeza del equipo humano que sustenta la vida de -- ENLACE". (45)

Desde otra emisora oficial, se generó la transmisión del noticiario denominado "SIETE DIAS", el cual actualmente se proyecta por el Canal 13 de la Red IMEVISION. Aquel en sus inicios causó la competencia al noticiario de la televisión privada de más auge denominado "24 HORAS", por lo que aquella se vió en la necesidad de realizar ajustes en su horario y de buscar fórmulas para atraer a la mayor parte del auditorio, ampliando su cobertura a toda la -- Nación.

(45).- Boletín emitido por Canal Once, enero de 1987.

Por lo que se refiere a la televisión privada en el terreno noticioso, tenemos que: "... '24 HORAS' y los demás noticiarios de Televisa no han tenido ni tienen mayores problemas para mantenerse a la cabeza en lo que se refiere a la preferencia del público. Su modelo es el hegemónico y su cobertura la más amplia: "24 HORAS", "PARA GENTE GRANDE", "HOY MISMO", por ejemplo, transmiten versiones de sus programas a través de la cadena Univisión de los Estados Unidos de Norteamérica; en lo que se refiere al ámbito nacional lo cubren en su totalidad, y sólo la limita el número de distribución de hogares con televisión existentes..."(46)

Actualmente, "24 HORAS" es el noticiario de la televisión mexicana que cuenta con el mayor rating, después de haber transitado por un controvertido despido de la programación del Canal 2, propiedad de la televisión privada, regresó a su horario acostumbrado y sigue proyectándose con la misma fuerza con que anteriormente contaba.

Cabe destacar que la "...información por televisión, exceptuando la transmitida por las estaciones culturales y los programas realizados por RTC^(*), busca trivializar las noticias, fomenta la anarquía comunicativa y evita el planteamiento crítico por medio de su programación autoritaria.

"Divertir, evadir los problemas y transmitir una determinada ideología a través de sus anuncios y programas son los objetivos que en México y en la órbita imperial nortea-

(46).- Mejía Barquera, Fernando, La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano, UNAM, México. 1981. p. 47.

(*).- Radio, Televisión y Cinematografía.

mericana se han encargado a la televisión - - - - -
mexicana..."(47)

Se trata con desenfado la noticia que, se mezcla en forma indiscriminada con entrevistas, número musicales, llamadas telefónicas del público y los superficiales - - comentarios de los conductores, la fragmenta, la trivializa y la despoja de todo contenido realmente informativo.

Un ejemplo palpable de lo anterior el programa PARAGENTE GRANDE, conducido por Ricardo Rocha, es un programa dominical de más de dos horas ubicado entre el futbol y el resumen deportivo ACCION, además de secciones como - - "La Palabra de nuestros colaboradores", "Conversando con un invitado", "Música", Poesía" y "Reportaje", incluyéndose una sección noticiosa.(48)

Otro programa informativo de la televisión comercial, "60 MINUTOS", se trata de una copia del programa norteamericano del mismo nombre. "...Los temas de sus reportajes, son inócuos los más van desde los ovnis hasta el maltrato a los niños, pasando por las malas condiciones en que se encuentran muchas vencidades y edificios pero todos tienen la constante de su tratamiento amarillista, bajo la apariencia de un periodismo audaz y con el dudoso propósito de la denuncia social..."

"Por lo que toca a ANTENA CINCO, se trata de un serie de flashazos informativos, sin peso en la programación, y desde el punto de vista de los espectadores un - -

(47).- José Luis Gutiérrez Espíndola, Florence Toussaint y Otros, Op. Cit. p. 78.

(48).- Idem.

mensaje incidental, apenas distinguible de los comerciales". (49)

Es de suma importancia dejar en claro la forma en que la televisión privada trata a la noticia, abordándola desde los siguientes aspectos: primeramente tenemos que el abordaje específico de una noticia por parte de los encargados del noticiero, está condicionado no sólo por los objetivos e intereses (comerciales y políticos) de la empresa informativa, expresados en la concreta orientación dada por la Jefatura de Información, sino además por otros factores, como la formación profesional de los comunicadores y sus propias concepciones del mundo, los llamados abordajes informativos, en efecto condicionan la percepción de la noticia, así como la forma en que será transmitida y cómo logra influir en el espectador.

"Es impresionante ver como, por ello, suelen omitir o restar importancia a lo más significativo y optan por destacar frases grandilocuentes u otros aspectos de impacto que no necesariamente son los cruciales, lo cual los convierte en altoparlantes de determinadas fuentes". (50)

Dentro de la televisión comercial, la noticia pasa por un proceso de selección y jerarquización, para después proceder a la presentación de ésta al público, así tenemos que los telediarios proporcionan mucho menor número de noticias que los periódicos, con lo cual se logra menos espacio para cada una de ellas. Incluso se ha comparado al telediario con la primera plana del periódico (o más exacta

(49).- Ibidem. pp. 79 y 80.

(50).- Ibidem. p. 81.

mente con las primeras planas de las secciones principales).

Esto obliga a que se efectúe una selección más rigurosa del material, por otra parte, esta selección y jerarquización que en las grandes cadenas noticiosas recae en un cuerpo de redacción relativamente amplio, en Televisa se centralizan las prioridades para la selección de la noticia, derivan de una ética de mercado y del interés político por difundir información de ciertas fuentes. (51)

Lo anterior nos lleva a concluir que al presentarse un conjunto desordenado de hechos, produce que se tenga la impresión de una realidad fragmentada y discontinua, que provoca que el telespectador se sienta al margen de lo que sucede a su alrededor, toda vez que no lo involucra en el hecho noticioso, sino que lo enfrenta a los hechos como un testigo del suceso; de igual forma no se informa de procesos sino de hechos, por ejemplo para la creación de una Ley, no se discute sobre la iniciativa, sino sólo de la aprobación de la misma.

De lo anterior concluimos que tanto la televisión oficial como la comercial, está faltando a los principios rectores que sobre el particular se señalan en la legislación mexicana, toda vez que tal y como se señaló en el capítulo segundo del presente trabajo, el derecho a la información, con que cuenta todo ciudadano mexicano, debe estar garantizado por el Estado, y éste al difundir por sus conductos especialmente los televisivos informa

(51).- Ibidem. p. 81.

ción noticiosa que únicamente corresponde a sus intereses, está faltando a uno de los postulados en que cimienta, - - nuestro Estado de Derecho. Este hecho agrava aún más al -- permitir que los concesionarios de los medios informativos -como el caso de la televisión privada- al efectuar la fun ción informativa, proyecten transmisiones elaboradas para- efecto de sólo abordar aquellas que convengan a sus intere ses y a los del vecino País del Norte, además de abordar - las notas importantes de manera tal que pasen desapercibi- das para la sociedad nacional.

3.4 CONTENIDO PUBLICITARIO

Los medios de comunicación de masas, como el caso de la televisión, son los principales para persuadir al público (*), a tal grado que podemos entender la acción de los primeros como un esquema mecanicista de estímulo-respuesta.

De esta situación se valen los comerciantes e industriales, pues se apoyan en los medios de comunicación, para llegar al público consumidor.

(*).- PUBLICO.- Se trata de agregados sociales que se reúnen ocasionalmente alrededor de algún espectáculo para disolverse terminado éste, son masivos y heterogéneos, asimismo, pueden ser de dos tipos: Directos: los que acuden personalmente al espectáculo. Indirectos: cuando contemplan los espectáculos impersonalmente a través de la televisión, la radio, los discos, que permiten consumirlos sin necesidad de salir de su casa, permaneciendo de manera anónima, son totalmente pasivos y receptores, su función es la evasión, el consumo y sobre todo la manipulación propagandística. Según se señala en la obra del maestro, Francisco Gómezjara, anteriormente citada.

Opinamos que cualquier efecto que pudiera ocasionar la comunicación de masas sobre un gran número de personas, legítimamente podría ser considerado como un efecto social, toda vez que la sociedad está constituida por personas y cualquier cosa que afecta a éstas, indiscutiblemente afecta a la sociedad.

En consecuencia, podemos observar como uno de los efectos sociales que produce la comunicación de masas es la forma que afecta al auditorio, respecto a la adquisición de bienes comunes de consumo.

La comunicación de masas es ante todo, como lo señala el maestro Gómezjara "...Una industria cultural, que independientemente de ello, la esencia de este tipo de comunicación viene a ser de carácter industrial y por lo tanto de mercancía, que puede ser comercial o política -- que elabora una empresa privada o el Estado..."(52)

En principio, como se ha señalado en el presente trabajo, por su origen la televisión del Estado no debe efectuar ninguna programación publicitaria, dado que sus objetivos, no son los de lucrar para obtener una ganancia, pero que por razón de la situación económica por la que atraviesa el país, misma que ha generado que se destine un reducido presupuesto para la televisión, ésta se ha visto en la necesidad de incluir en sus transmisiones ciertos publicitarios, mediante los cuales se anuncian bienes o servicios para el consumo del público telespectador, y por los cuales el Estado cobra.

(52).- Gómezjara Francisco, Op. cit. pp. 368 y 369.

Por lo que corresponde a la televisión privada que tiene fines netamente comerciales, incluirá en su programación diaria programas publicitarios, como un medio más para desarrollar sus propósitos mercantilistas.

Partiremos del principio de que mediante los anuncios comerciales que se proyectan por la televisión, se hace posible que las empresas mercantilistas den a conocer sus productos al público, hecho que contribuye al desarrollo de la economía, ya que se impulsa al comercio y a la industria, satisfaciendo a la par, necesidades públicas y privadas, pero los medios de comunicación y especialmente la televisión han abusado del efecto y poder que tienen sobre el público receptor, y se han proyectado indiscriminadamente este tipo de programas sin considerar la función social que tienen, atendiendo únicamente como ya lo hemos apuntado, al aspecto económico mercantilista.

En su aspecto económico, la publicidad^(*) que se efectúa en este tipo de medios ha generado el reforzamiento de las empresas que tienen acceso a este tipo de proyección, ya que es de considerarse el alto costo de las transmisiones por televisión, además de constituirse como una arma efectiva en contra de los competidores con menores recursos económicos.

(*).- PUBLICIDAD.- Proceso de diseminar información, con propósitos comerciales. Diferenciándose de la propaganda, toda vez que ésta, es un conjunto técnico y medios de comunicación que influyen con un fin ideológico. Según se define en la Enciclopedia Británica. p. 411.

En relación con el costo de cada anuncio publicitario que se envía a través de la televisión, tenemos que el pasado viernes 24 de abril de 1987, en el diario "El Nacional" de la Ciudad de México, D.F., se publicó la siguiente nota, firmada por la periodista Flor de María Aranda, titulada "Los anuncios publicitarios: una agresión al Idioma Español".

"De un total de 161 anuncios espectaculares o de vía pública en la Capital se encontró que 131 pertenecen a Compañías Transnacionales y 26 a Nacionales.

"De estos 105, son marcas distintas, lo que significa que varios anuncios son de una misma marca. De éstos 60 tienen nombre extranjero.

"Lo anterior se desprende de un estudio realizado por la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), para analizar la cantidad y características de los anuncios espectaculares que existen en el tramo comprendido entre San Jerónimo y Avenida Constituyentes, a los Lados de Anillo Periférico.

"Esto constituye, señala el Instituto Nacional del Consumidor una agresión a la lengua española, a la que tanto se ha tratado de defender sin obtener resultados positivos.

"Los productos que más se anunciaron con --

respecto al total fueron: 21 por ciento ropa y calzado, 19 por ciento de bebidas alcohólicas, 12 por ciento de servicios bancarios y de seguros, 7 por ciento de refrescos.

"Asimismo el 7 por ciento correspondió a artículos electrónicos y computadoras. Los anuncios restantes corresponden a tabacos y productos chatarra.

"El 10 por ciento de los mensajes analizados utilizan, de manera denigrante, la imagen de la mujer como elemento de venta.

"EL INCO (*) señala al respecto que es - - verdaderamente sorprendente 'que la publicidad, no se conforme a entrar a los hogares a través de la televisión y la radio, sino se imponga -- también en la vía pública'.

"Esto es sin tener en cuenta que muchas veces se convierten en elementos que distraen a - los conductores de vehículos en avenidas transitadas, creando con ello situaciones de peligro, precisó.

"Mencionó que quizá la razón del montaje de anuncios espectaculares es de carácter económicos. Esto si se toma en cuenta que un anuncio - de televisión por Canal 2 en horario de las cin

(*).- Instituto Nacional del Consumidor.

co a las 24 horas, cuesta 26 millones de pesos".

Tal como se señaló en el capítulo anterior, existe - un marco jurídico totalmente determinado que se debe apli - car a las transmisiones que se hagan por televisión con - contenido publicitario; siendo ésta, en la realidad, una - más de las disposiciones legales que en nuestro país no - pasan de ser letra muerta, pues bien, tenemos que en la - televisión mexicana se le dedica un tiempo verdaderamente enorme a este tipo de proyecciones, rompiéndose como ya - se ha señalado de manera general, con lo que se preceptúa en el artículo 67 de la Ley Federal de Radio y Televi - - sión, en que se señala la mantención de un prudente equi - librio entre el anuncio comercial y el conjunto de la pro - gramación, mismo en que no se estableció lo que debe - - entenderse como tal, sino hasta trece años después, al -- surgimiento del Reglamento de la Ley Federal de Radio y - Televisión, Relativo al Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión, mismo que fue expedido por la Secreta - ría de Gobernación en el año de 1973, en que se señala:

"Artículo 41.- La propaganda comercial que se trans - mita por radio y televisión deberá mantener un pru - dente equilibrio entre el tiempo destinado al anun - - cio comercial y al conjunto de la programación".

"Artículo 42.- El equilibrio entre el anuncio y el - conjunto de la programación se establece en los si - guientes términos:

"I.- En las estaciones de televisión

"a) El tiempo destinado a propaganda comercial, dentro de los programas y en cortes de estación, no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de la transmisión de cada estación;

"b) A partir de las veinte horas hasta el cierre de la estación, los comerciales no podrán exceder de la mitad del tiempo autorizado para propaganda comercial;

"c) Los cortes de estación, tendrán una duración máxima de dos minutos y podrán hacerse, cada media hora salvo en los casos en que se transmita un evento o espectáculo que por su naturaleza sea inconveniente interrumpir;

"d) La distribución de propaganda comercial dentro de los programas deberá hacerse de acuerdo con las siguientes reglas:

"PRIMERA.- Cuando se trate de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas, teleteatros grabados y todas aquellas transmisiones cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural, narrativa o dramática, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de seis por cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida, y cada interrupción no excederá de un minuto y medio de duración.

"SEGUNDA.- Cuando se trate de programas que no obedezcan a una continuidad natural, narrativa o dramática, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de diez por cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida y cada interrupción no excederá de un minuto y medio de duración".

"Artículo 43.- La Secretaría de Gobernación podrá autorizar temporalmente el aumento en la duración de los períodos de propaganda comercial, a que se refiere el artículo anterior, por razones de interés general que así lo justifiquen; asimismo, cuando en transmisiones principalmente de eventos deportivos, se superpongan en la imagen, mensajes publicitarios de corta duración".

De la lectura del texto anterior, nos preguntamos si en realidad se trata de razones de interés general, los períodos en que se han venido autorizando por la Secretaría de Gobernación, el bombardeo de comerciales de juguetes que se envía a los niños en época de Navidad, Día de Reyes y Día del Niño, o bien el que se genera para todo público en las fechas como el 10 de Mayo (Día de la Madre), Día del Padre, Día del Maestro o fechas Navideñas, por señalar algunas.

Por otra parte, en el artículo 44 del propio Reglamento, se establece que los comerciales filmados para la televisión y que sean aprobados por las autoridades correspondientes, que sean Nacionales o Extranjeros, deberán ser aptos para todo público. De lo anterior surge la interrogante sobre que tan aptos resultan ser los comerciales de tabacos, bebidas alcohólicas, anuncios de centros nocturnos, para que sean observados por los infantes y los adolescentes.

"Artículo 45.- 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 22 horas de acuerdo a la fracción III del artículo 23.

"En el anuncio de las 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".

En la transmisión que proyecta la televisión mexicana, tanto oficial (nos referimos específicamente a Canal-13 de la Red IMEVISION) como comercial, observamos un de sapego total a estas disposiciones legales, que se da el caso que además de aparentemente ingerir las bebidas anunciadas, jamás se ha preocupado por la proyección de medidas higiénicas y por lo que se refiere a la fracción III del artículo en comento, el especialista en comunicación, Raúl Cremoux señala que "...ha auspiciado que el horario de las 22 horas en adelante se convierta en un auténtico carrusel de bebidas que hermanan a la televisión con la imagen de cualquier bar o cantina..."(53).

Durante el año de 1980, en el horario que va de las 22 a las 23 horas, los Canales 2, 4, 5 y 8 (hoy 9), se -- transmitieron un total de 76 por ciento de anuncios dedicados a promover la ingestión de bebidas alcohólicas. (54)

De lo anterior, es claro que actualmente ni la televisión oficial y mucho menos la comercial respetan esta disposición.

"Artículo 46.- No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para los niños".

"Artículo 47.- Queda prohibida toda publicidad referente a:

(53).- Cremoux Raúl, La Legislación Mexicana en Radio y Televisión, UAM, México, 1982, pp. 122 y 123.

(54).- Idem.

"I.- Cantinas, y

"II.- La publicidad que ofende la moral, el pudor y las buenas costumbres, por las características del producto que se pretenda anunciar".

"Artículo 48.- Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares."

Es por demás destacar que en la televisión comercial mexicana, en términos generales no se cumple con estas -- disposiciones reglamentarias, toda vez que anuncia indiscriminadamente en horarios variados la existencia de -- antros de vicio, como el caso de "El Marrakesh", "Valentinos", etcétera. Lo cual el lector puede constatar con el solo hecho de sintonizar su televisor en algún canal de -- la televisión comercial.

Por otra parte, apuntamos que en la televisión mexicana se hace uso de todas las técnicas de mercadotecnia y publicidad existentes, en la elaboración de comerciales -- antes de ser dirigidos a los consumidores con objeto de -- influir en sus gustos, deseos y comportamientos, creándoles necesidades de adquirir, y que se han venido manifestando en situaciones tales como cuando se anuncia un producto de belleza, se utilizan frases como "es un pequeño lujo pero yo lo valgo", "para tener un cutis como de porcelana"; al mismo tiempo que se van transmitiendo escenas 'románticas', con las que se ofende y degrada a la mujer, -- pues se señala como requisito imprescindible el usar determinado producto estar en posibilidades de contraer nupcias, como ejemplo de ello empleándose el rostro de mujeres rubias y ojos azules que distan mucho de las caracte-

rísticas étnicas de la mujer mexicana en su generalidad.

Nosotros nos preguntamos, qué tiene de ilustrativo y de respetuoso este tipo de anuncios a la muchas veces nombrada moral y buenas costumbres. Por lo que podemos terminar el presente punto, diciendo que en realidad desde la vigencia de este conjunto de normas reglamentarias, jamás se han aplicado verdaderamente en el televisión mexicana, por lo que se hace urgente su verdadera aplicación y la creación de medidas coactivas, por medio de los cuales se obligue a los concesionarios y especialmente, a los Canales oficiales a acatar estas disposiciones, tomando como principio el famoso dicho popular mexicano que establece que "el buen juez por su casa empieza".

3.5 CONTENIDO RECREATIVO

La recreación, se entiende como la diversión o entretenimiento para alivio del trabajo. Así en la conflictiva vida moderna, se exige que la recreación y el trabajo se complementan a fin de que el individuo pueda rendir en su jornada laboral y esta diversión restituyen la energía de los músculos y del cerebro.

Se trata de la diversión para el alivio del trabajo, con el objeto de sacar al individuo de la monotonía y del cansancio en que se encuentra después de las arduas tareas físicas y mentales, por lo que se hace necesaria la realización de cualquier otra actividad que relaje.

La recreación no únicamente debe ser entendida para el trabajador -persona física que presta un servicio y a cambio recibe una remuneración económica- sino que es más amplio el concepto, pues se trata de cualquier tipo de trabajo o actividad que efectúe cualquier persona física, llámese ama de casa, niños, adolescentes o adultos, aunque no reciban un remuneración económica.

Así tenemos, que la recreación se debe entender como una actividad que divierta y distraiga de la cotidianidad y además que ésta pueda ser de carácter didáctico, pudiéndose dar en el teatro, en la lectura de cuentos o en cualquier actividad manual creativa, en la jardinería, en el deporte, en la música, u alguna otra. En este aspecto los medios masivos de comunicación desempeñan un-

papel importante, proyectando este tipo de actividades y creando una serie de programas cuyo objetivo es el de distraer y entretener, para lo cual en la televisión mexicana en todos los Canales de Televisión, ya sean oficiales o comerciales, se les ha destinado la mayor parte del tiempo de sus transmisiones.

Es importante antes de entrar al estudio de los programas recreativos que se transmiten mediante la televisión mexicana, considerar que la recreación es una gama de actividades en la que no se involucra al ocio, sino -- que por el contrario, ocupa al ser humano en su tiempo libre en diversas labores distraendo a la mente o al cuerpo; la recreación no significa la no actividad, sino que por el contrario se trata de una actividad como lo es el trabajo, pero que se ocupa de dar vigor a la existencia del individuo, relajándolo y sacándolo del tedio del trabajo cotidiano, para que genere nuevas energías y se ocupe con mayor fuerza de sus actividades diarias.

Otro de los objetos de la recreación, sin duda de su ma importancia, es el de mantener el equilibrio armónico de la salud del ser humano, de esta forma con la recreación se puede lograr el equilibrio integral de una sociedad si se efectúa un somero análisis de la recreación a que es sometida.

Ahora bien, se emplea a los medios masivos de comunicación como participantes de la función recreativa de una sociedad, se deben considerar diferentes aspectos que justifiquen esta intervención, como podría ser el alejar a -

los individuos de los antros de vicio, de la corrupción, de la mezquindad, de las casas de juego, centros prohibidos o de ociocidad, que propicien que el individuo caiga en conductas delictivas o de alcoholismo y drogadicción, con las que se desarrollan otros males nocivos, como la miseria en los hogares, el descuido en la educación y en la dirección de los hijos, así como la desintegración de la familia, pues de esta forma se daña la estructura de la sociedad nacional y del Estado mismo.

Debido a la importancia de la recreación, se hace necesaria la existencia de una regulación jurídica en -- que se tomen en cuenta cada una de estos elementos que -- constituyen a la recreación y a los beneficios que se podrían lograr si se planea su proyección por algún medio de comunicación como lo es la televisión. Al inicio del presente trabajo, destacamos la importancia que ésta reviste en una sociedad como la nuestra, en lo que se refiere a los aspectos de recreación y esparcimiento, en el entendido de que se trata de un medio económico para el logro de tal objetivo, toda vez que por la situación económica en que se encuentra el país, resulta mucho más barato el sentarse frente a un aparato receptor de televisión que acudir a ver una obra de teatro, un concierto musical o bien una función de cine.

Por lo que corresponde a la programación recreativa que se transmite por la televisión, tenemos que tanto en la televisión oficial como en la comercial, existe como uno de los principales objetivos dentro de sus transmisiones; el llevar un sano entretenimiento a los hogares,

educar, entretener e informar, el objetivo primordial es el esparcimiento.

Dentro de la programación de entretenimiento que ofrece la televisión oficial, tenemos que en este rubro se sitúan los programas que tienen como objeto fundamental el esparcimiento, correspondiendo los siguientes subgéneros:

- A) ESPECTACULO - Que incluye los de música y de humor.
- B) SERIES - Programas en que se desarrolla una trama a través de capítulos.
- C) DEPORTES - Las emisiones de esta índole y los comentarios deportivos. (55)
- D) C I N E - Películas mexicanas y extranjeras.

La programación de entretenimiento en la televisión comercial, se compone tanto por realizaciones nacionales como por series extranjeras, las segundas con un número verdaderamente considerable sobre todo en lo que corresponde a los temas policíacos, melodramáticos e infantiles. Entre sus producciones nacionales, lo que más se transmite son temas melodramáticos, humorísticos y musicales. Cabe hacer la acotación de que estos programas se distribuyen en toda América Latina, a España y al Sur de Estados Unidos. (*)

Los programas musicales.- Dentro de la televisión comercial, encontramos una enorme variedad, las cuales van desde el promocionar a un nuevo artista (instruido en

(55).- Boletín emitido por IMEVISION, mayo de 1985.

(*).- Se exportan Telenovelas y Series Cómicas.

la materia, por la propia empresa, producto de ésta que expone a la venta), como el caso de "Siempre en Domingo", hasta los programas en los cuales se proyectan a artistas de renombre de todas las épocas como el caso de "Estudio-54", también se promueve a la canción popular mexicana -- con programas como "Estampas Mexicanas".

En lo que corresponde a la programación musical que se transmite por la televisión oficial, encontramos lo siguiente:

"Con la música por dentro; serie en la que se muestra que de cualquier lugar y en cualquier ocasión, son -- pretexto para que cualquier músico de corazón lance al -- aire sus más profundos sentimientos."(56)

De igual manera se transmiten programas como "De Cuba la Bella", en estas transmisiones se explora la influencia afroantillana en la música popular mexicana, -- otro programa es "La Pasión", en donde se hace un recorrido de los sentimientos de la canción mexicana, "En Mi -- Menor", semblanza global del desarrollo del género romántico en México, "Calafón", el canto urbano, ese algo que se vive, se oye, se siente en las calles, parques, plazas y salones públicos del Distrito Federal, entre otros. Como se observa el objeto principal de estas transmisiones es que se conozca la música mexicana.

Programas de Concurso - Dentro de la programación -- que se ocupa de entretener y divertir, situamos a los programas de concurso, los cuales se desarrollan de la --

(56).- Boletín de Canal Once, publicado en enero de 1987.

siguiente manera: en la televisión comercial, tenemos que se alienta a la competencia y se influye con el principio de que los conocimientos sirven para ganar dinero. (57)

Con otros principios, en la televisión del Estado se han efectuado este tipo de programas, prueba de ello es - el muy connotado "El Premio del Millón".

Programas humorísticos -Las producciones que tienen como objeto primordial la comicidad dentro de las transmisiones de la televisión comercial, las encontramos en - gran número y especialmente en el Canal 2, cuya cobertura se extiende en todo el Territorio Nacional, algunos países Latinoamericanos y al Sur de los Estados Unidos.

"Dentro de las transmisiones de contenido humorístico, los sujetos que están elegidos como blanco de la risa son los trabajadores, campesinos, obreros, burócratas, amas de casa, vendedores ambulantes, artesanos y maestros de - oficios varios, desfilando por la pantalla, soportando el - sambenito. Unos provocan hilaridad por torpes, otros por - ingenuos, perezosos o estúpidos. Los más por ignoran- - - tes. Su forma de hablar, de vestirse y hasta de vivir son motivo de burla. La crítica que podría envolver el humor - no va enderezada a las causas que provocan las situacio- - nes cómicas, sino que recaen sobre el hecho concreto y so - bre el personaje. Los libretos son pobres y repetitivos. En general la producción adolece de los mismos defectos que el guión. El escenario es un interior que no cambia de - - programa a programa, salvo excepciones, la regla son cua-

(57).- Fernando Mejía Barquera, Florence Toussaint y - - - Otros, Op. cit. p. 42.

tro paredes que sirven de fondo a la actuación. (58)

Aunque con grandes diferencias, el Estado, al abordar estos temas, no ha integrado un programa cómico que - contrarreste la enorme penetración que han logrado este tipo de transmisiones de la televisión comercial en el - auditorio.

Es importante señalar que en ningún programa de este tipo se toma como base el chiste político. Nosotros nos - preguntamos si ello obedece a no dañar imágenes, que por - demás está decir se encuentran demasiado deterioradas.

Telenovelas - La telenovela constituye un elemento - de suma importancia dentro de la televisión mexicana, se - constituye por un melodrama (*) episódico, que además de - provocar la curiosidad en el espectador, lo mantiene está tico esperando el próximo capítulo día con día, hasta el - término de la trama.

(58).- Ibidem, p. 44.

(*).- Melodrama- Drama puesto en música; ópera. Especie - de drama de acción complicada y jacoseria, con el - objeto de provocar en el auditorio, vulgar curiosi- dad y emoción. Según se define en el Diccionario de la Lengua Española, Porrúa, México. 1986, p. 475.

"La imposibilidad de regresar al capítulo que ya pasó obliga al televidente a una asiduidad que se ha ido convirtiendo en la esclavitud de miles de mujeres. Ancladas en su casa, las telenovelas las retienen más. Y no solo físicamente; su mente permanece en el estrecho ámbito del hogar y las preocupaciones cotidianas. El mundo femenino, mezquinamente corrompido al amor, los hijos, las labores domésticas, las competencias con suegras, vecinas y amigas, se reproduce en las telenovelas".⁽⁵⁹⁾

Nosotros consideramos que las telenovelas no sólo se dirigen a la población femenina, aunque debemos destacar que es en este género en donde con mayor profundidad - - - repercuten, hacemos la anterior aseveración, por el hecho de que en los últimos años se han incluido en este tipo de series, la participación de mujeres verdaderamente bellas, a las que se hace lucir en traje de baño o ropa sugestiva y que cautiva al público masculino, utilizando -- una vez más a la mujer como objeto en las transmisiones televisivas, para atraer mayor número de telespectadores.

De igual manera, tenemos que al estructurar el melodrama, enfocándolo directamente a las pasiones románticas, (cabe aclarar que se trata de temas rosas y cursis), en el que no solamente se reafirma un nivel social determinado por el sexo, sino que también se incluyen a las narrativas de este tipo, todas las diferencias de clases sociales, pues intervienen protagonistas de posición económicamente desahogada, que apenas se puede concebir que -- existan en una sociedad como la nuestra, o bien protago--

(59).- Ibidem, p. 45.

nistas de clase paupérrima, a las que denigra, pero no -- hay que dejar de considerar que puede existir la posibilidad de que el pobre se convierta en un personaje enormemente acaudalado de la noche a la mañana y de éxito en -- los demás aspectos de su vida.

Cabe mencionar que en este tipo de tele-dramas, el modelo ideal de vida está representado en la burguesía, -- que como ya lo hemos señalado, se trata de una verdadera burguesía. El éxito en la vida de un personaje depende si logra tener el amor imposible y convertirse en burgués, -- sobre todo.

"La telenovela como producto industrial ya aprobado, no evoluciona, algunos cambios han sido introducidos en -- los temas, para modernizarlas, pero sólo en los detalles. De esta forma se explica que pueden grabar historias como el 'Derecho de Nacer', 'Yesenia', etc., y quince o veinte años después regrabarlas, de igual forma se -- podrán cambiar los títulos, pero la estructura y la combinación de los elementos permanece". (60)

Señala el especialista en comunicación Florence -- Toussaint, "...quizá la característica más funesta de la telenovela sea la monotonía; en los sentimientos, en las escenas, en los actores, monotonía que va creando hábitos mentales de los cuales está desterrada toda audacia.." (61)

(60).- Ibidem. p. 46.

(61).- Florence Mejía Toussaint, Op. cit, p. 131.

Actualmente la televisión mexicana, tanto oficial -- como comercial, transmite telenovelas, a excepción del -- Canal Once, cuyas características son las ya señaladas, -- pero antes de terminar con este apartado, consideramos -- importante destacar en cuanto a los contenidos de los tra-- mas que se desarrollan en la telenovela lo siguiente: que en todas las ocasiones en que se incluyen escenas de -- algún juicio, o que involucra algún procedimiento legal, -- observamos invariablemente y con pena, una ignorancia to-- tal de las leyes de nuestro país por parte de los escrito-- res, productores y directores de escena, pues generalmen-- te se proyecta una ejemplificación totalmente diferente -- de la realidad jurídica, por ejemplo: si se escenifica un juicio penal, siempre se señala la figura jurídica del -- Fiscal (*), que en nuestro derecho es el Agente del Minis-- terio Público (representante de la sociedad), el teleaudi-- torio está totalmente convencido de que en nuestro país -- existe el Fiscal, por lo que proponemos la creación de -- disposiciones legales que prohiban expresamente este tipo de situaciones que provoquen en el espectador un conoci-- miento erróneo del procedimiento judicial que se efectúa-- en el Derecho mexicano.

Deportes.- Dentro del apartado de la programación -- con objetivo recreativo que se transmite por medio de la -- televisión mexicana, se encuentran las transmisiones que -- se refieren al deporte, como una más de las formas de las que se puede hacer uso para efectuar una sana diversión y lograr el esparcimiento anhelado por todo individuo.

(*).- Se refieren al Derecho Procedimental de los Estados Unidos de Norteamérica.

En la televisión, este medio ha sido explotado indiscriminadamente dirigiéndose especialmente al público masculino.

Ahora bien, las transmisiones de este tipo se dividen en dos formas: la primera de ellas se ocupa de las series informativas y comentarios sobre el particular, entre los que encontramos: "Depor-T.V." y "Acción", además de que cada diccionario informativo cuenta con una sección en la que se transmite la noticia del día sobre el deporte. El objetivo de estos programas es el de informar y comentar las incidencias y avances que se han efectuado en las diferentes ramas del deporte como son: fútbol soccer, beisbol, basketbol, box, fútbol-americano, por señalar algunos; pero es menester aclarar que en la televisión todo tipo de deporte es noticia.

En este renglón existe la transmisión directa y la diferida de un evento deportivo.

Así tenemos que, sobre esta forma de programación, se pueden efectuar un sinnúmero de comentarios y señalar como otro de los principales temas que se abordan en la televisión mexicana, la cual se encarga de organizar y diseñar la forma en que se envuelve el deporte. En primer término, tenemos que la televisión comercial tiene ingerencia directa en un torneo^(*) de fútbol, por medio del

(*).- Torneo.- Combate a caballo entre varias personas -- unidas en cuadrillas y bandos de una parte y otra, -- en que batallan y se hieren, dando vueltas en torno para perseguir cada cual a su contrario. Fiesta pública en que se imitan este tipo de combates. Certamen competencia. Según se señala en el Diccionario de la Lengua Española, Porrúa, México, 1986, p.755.

cual se efectúan una serie de competencias con el objeto de ganar un trofeo con que se simboliza ser el mejor equipo, entre los demás de la competencia.

En el tiempo que dura el torneo (casi un año), la televisión se encargará de transmitir los encuentros y como es de suponerse, este tipo de producciones alcanza un rating verdaderamente considerable, hecho que no desaprovecha en ningún momento la televisión tanto oficial como comercial, proyectando un alto número de comerciales de bebidas alcohólicas y productos chatarra durante las transmisiones, ya sea mediante anuncios grabados o superpuestos a la imagen.

Otro tipo de deporte que de la forma antes descrita es proyectado por la televisión mexicana, es el fútbol americano, sobre el particular, apuntamos que se constituye en una más de las formas en que ha venido penetrando la cultura norteamericana a nuestro país, pues cada día gana mayor cantidad de adeptos que discuten, viven y opinan sobre este tema, como si se tratara de algo trascendental y de suma importancia para nuestro país.

Por lo que corresponde al box, que lejos de ser un deporte más bien lo conceptuamos como una contienda de golpes sujeta a determinadas reglas, es sin lugar a duda uno de los que mayor auditorio acaparan, en donde también tiene lugar el despliegue publicitario anteriormente señalado.

Sobre este apartado la televisión mexicana ha venido utilizando la programación como un medio para

separar al individuo de la realidad que le rodea, haciendo posible que en el tiempo que dure la transmisión de -- cualquiera de estos eventos, se sienta absorto de la realidad que le aqueja, manipulándolo de esta forma a su antojo, haciendo de estos eventos lo que los especialistas en la materia han dado en llamar el deporte-espectáculo. -- Nosotros consideramos que las disposiciones legales que -- actualmente nos rigen, deben de tomar en consideración estas situaciones y se regule la manera que deben ser proyectadas este tipo de transmisiones para que se evite la influencia nociva que está generando en la sociedad; asimismo se reglamente el tipo de programación comercial que debe pasar en el tiempo que se proyecta un deporte y evitar así el consumismo de bebidas alcohólicas, que provocan las riñas entre familiares y amigos si no gana el -- equipo favorito, pues se debe tomar en cuenta que esto -- trae consigo la disgregación de la familiar y el que los menores adquieran de sus padres estos ejemplos nocivos.

Por lo anterior, consideramos que la legislación de la materia debe tener presente todos estos posibles efectos y reglamentar de manera rígida las transmisiones deportivas que se hagan por medio de la televisión mexicana. Por lo que corresponde a los efectos que el futbol -- ocasiona en los individuos, en el próximo capítulo se señalará con mayor detalle.

Series Policiacas - Los programas policiacos que se originan en las novelas de detectives, éstas al adaptarse a la televisión, crean personajes que se encargan de re--

solver un caso en cada emisión. Estas series son generalmente norteamericanas.

Dado su origen, estas series generalmente mezclan -- elementos asociados a los servicios secretos, como el - - FBI, la CIA, Los Agentes de la Milicia, Servicio Médico - o bien de la Marina Norteamericana.

"De igual manera el melodrama importado de los Estados Unidos, proyecta un enorme contenido ideológico, sumamente aburrido. Las situaciones se presentan no solamente inverosímiles sino ridículas, el ejemplo actual sobresaliente es 'El Crucero del Amor'.⁽⁶²⁾

Sobre estos temas es necesario señalar que dado a su naturaleza estructural están llenos de violencia, y que - al llegar al público menudo, éste observa y se le quedan grabadas en la mente las escenas violentas, así los juegos que desarrolle los dirigirá a este tipo de situaciones, de igual forma provocarán el desarrollo de la agresividad de cada uno de ellos, sobre este aspecto trataremos con mayor abundamiento en el siguiente capítulo del presente trabajo.

Pero volviendo al problema que representa que los niños sean sometidos a este tipo de programas que se proyectan por la televisión mexicana y que generalmente son de importación, consideramos que la ley debe reglamentar de manera estricta la libertad de exhibir este tipo de temas, pues se está atentando contra la personalidad de los pequeños, misma que se encuentra en formación y que por tal

razón debe ser orientada de manera cuidadosa y encausada al desarrollo intelectual y físico del menor.

Programación destinada a los niños - En ésta se considera como objeto primordial al entretenimiento por lo que corresponde a la televisión comercial, ya que como lo hemos señalado anteriormente en la televisión oficial se proyecta el entretenimiento educando al niño y despertando su interés por las cosas que le rodean, tal es el caso de las series denominadas "La Liebre Reportera", "Chicos y Grandes Poniéndose de Acuerdo", etc., pero volviendo a la televisión comercial, tenemos que las técnicas que se emplean hacen que el menor mantenga la atención fija hacia lo que está mirando, en las que transmiten muchos movimientos, secuencias rápidas, inexistencia de momentos para la reflexión. (63)

Las series más abundantes que se proyectan por televisión dedicadas a la recreación de los menores son los dibujos animados. Estas series nacen y se importan de los Estados Unidos de Norteamérica, como el caso de los "Picapiedra", la que generó la creación de la serie "Los Hijos de los Picapiedra" y "Las nuevas Travesuras de los Picapiedra", junto a estos están: "Popeye", "El Pájaro Loco", "El Hombre Araña" y la "Mujer Araña", entre otras.

Este tipo de programas infantiles dañan a nuestra niñez, pues se les están proyectando modos de vida que no corresponden a la realidad y con menor razón a nuestra so

(63).- Idem, p. 137.

ciudad, además de que se trata de fantasía sobre super -- hombres y artefactos científicos ficticios que le señalan situaciones totalmente disparadas de la verdad, por tal -- razón en la actualidad encontramos a niños que desean lla -- mar a "Super-man" para que los transporte a otro planeta -- o les ayude a resolver algún problema. Con tristeza obser -- vamos que nuestra legislación no ha contemplado sobre el -- particular nada en especial, razón por la cual, propone -- mos que se regulen estas situaciones así como la programa -- ción comercial que se acompaña y que incita a que el niño -- consuma alimentos que no le nutren sino que por el contra -- rio dañan su salud.

Al respecto, señalamos el dato proporcionado por el -- Instituto Nacional del Consumidor: "Como ejemplo relevan -- te de efecto brutal de la publicidad televisiva, se en -- cuentra que cada niño mexicano consumo al año un promedio -- de 152 huevos y de 156 pastelillos industrializados de -- los llamados gansitos". (64)

La Revista del "Consumidor", No. 122/abril de 1987, -- publicó en sus páginas No. 9, 10 y 11, el artículos titu -- lado "A LA CONQUISTA DE LOS AMIGUITOS", que firman los -- periodistas Virginia Medina y Juan Amael Vizzuet Olvera.

"La publicidad televisada en ocasiones rebasa -- el espacio destinado a cortes comerciales entre pro -- grama y programa y es intercalada interrumpiendo las -- serie. Esto es muy común en los programas infantiles -- y en cuanto a anunciantes resulta notable el caso de -- los juguetes industriales. Muchos de ellos son co -- pias fieles de los personajes o aparatos de ciertos --

(64).- Publicado en la Revista del "Consumidor", No. - -- 181/mayo de 1983.

programas.

"Los cortes comerciales poseen atractivos que -
compiten con los de los programas más populares. De-
hecho la programación infantil de la televisión se -
encuentra estrechamente ligada a la publicidad desti-
nada a los niños.

"Casi todos nosotros hemos podido observar las -
reacciones de los niños (especialmente de los más pe-
queños) ante los anuncios de la televisión: la forma
en que imitan lo que ven en pantalla y la asombrosa-
facilidad con que le memorizan. Esto no es casual --
pues intervienen varios elementos que hacen atracti-
vas a estas producciones.

"La música es el más sobresaliente. Los pedago-
gos dicen que es un medio muy eficaz para la enseñan-
za. En este sentido la publicidad pone especial cui-
dado en que las melodías y las letras de sus cancio-
nes 'machaconas' y pegajosas para así dotar de toda
identidad reconocible al producto anunciado. Por es-
to no resulta raro que los niños repitan insistentemente
algunos de estos temas y los lleven a otros --
ámbitos, especialmente al juego. Con ello, la perma-
nencia del lenguaje publicitario se extiende también.

"Otro de los elementos a considerar es la - -
acción. El producto anunciado se asocia con toda cla-
se de actividades, especialmente las placenteras y -
divertidas, se ha comprobado que los niños contem --
plan más el mensaje que se expresa con acción fisi-
ca, como es el caso de la representación de bailes,-
juegos, paseos y aventuras que se asocian directamen-
te al producto. También aparecen otros elementos, cō
mo la fantasía, la magia, la convivencia, la amistad
y el humor, es decir todo lo que pueda dotar al pro-
ducto de mayor atractivo, de significaciones que van
más allá de sus meras características materiales.

"El color juega también un papel importante para
llamar y mantener la atención de los niños. Según
se ha demostrado, éstos prefieren los colores cálidos
como el rojo y el amarillo y en general los tonos in-
tensos. Por estas razones en los anuncios dirigidos-
a los niños se utilizan tonos vivos, especialmente -
cuando intervienen dibujos animados. De hecho los di

bujos animados contribuyen decididamente a cautivar el gusto de los niños.

"Podríamos señalar otros elementos de la publicidad en televisión, pero creemos que resulta más importante considerar otros aspectos. Recordamos que la publicidad es solo parte estratégica de la mercadotecnia y por ello se inscriben en un plan más extenso. Por ejemplo, los mensajes a que se ve expuesto el niño varían notablemente a lo largo del año, ya que se condicionan a las temporadas comerciales: en fechas próximas a la Navidad, Día de Reyes y Día del Niño se intensifica la promoción de juguetes; en temporada de vacaciones, la barra infantil y por ende la publicidad infantil, se extiende a las horas de la mañana y finalmente, durante el período de clases se da preferencia a la promoción de golosinas y botanas industrializadas así como otros productos de escaso valor nutritivo.

"Los mensajes publicitarios implican riesgos para el desarrollo de la personalidad del niño. La publicidad en general no sólo propone la adquisición de productos, sino también de ideas y valores, generalmente relacionadas con la exaltación de las posesiones materiales, el éxito individual y la imitación de modelos ajenos a nuestra realidad, sin hablar de las deformaciones que sufre nuestro idioma con las 'originales' palabras inventadas.

"A este respecto la responsabilidad de los padres es muy grande. Con frecuencia la televisión es aprovechada por ellos como un recurso para 'entretener' a los muchachos inquietos: la televisión le ha traído a la madre moderna un alivio instantáneo de las dificultades de la crianza del hijo, al transformar un tercio o más de las horas de vigilancia del niño, en edad preescolar, de una actividad difícil de predecir a una pasividad digna de toda confianza.

"Desde luego no podemos condenar a los padres ya que existen muchos factores sociales que los impulsan a mantener a sus hijos frente al televisor. Tal es el caso de padres y madres que trabajan; del problema que representa carecer de espacios para el juego de niños que no cuentan con compañeros para --

jugar, sin olvidar las dificultades económicas y -- familiares en todos los niveles. Este no significa -- que no deba llamarse la atención respecto a las con -- secuencias que esto implica, y de las que se debe -- estar consciente para procurar enfrentarlas.

"No debe olvidarse que el niño necesita de las actividades psicomotoras para su adecuado desarro -- llo físico y mental, las que por su propia índole, -- frecuentemente resultan molestas y ruidosas para -- los adultos. Todos los 'juegos' programados que -- producen tanto la publicidad como las series de -- televisión, están muy lejos de satisfacer las nece -- sidades de los niños.

C A P I T U L O I V

LA MANIPULACION MASIVA EN LAS EMISIONES TELEVISIVAS, EN SUS ASPECTOS:

- 4.1 ASPECTO CULTURAL**
- 4.2 ASPECTO INFORMATIVO**
- 4.3 ASPECTO PUBLICITARIO**
- 4.4 ASPECTO RECREATIVO**
- 4.5 ASPECTO POLITICO**

4.1 LA MANIPULACION MASIVA DE LAS EMISIONES TELEVISIVAS EN SU ASPECTO CULTURAL.

Dentro del contexto de los medios masivos de comunicación colectiva, existe el aspecto que se refiere a la transmisión de cultura; desde esta perspectiva, observamos que una de las principales funciones del medio masivo de comunicación denominado televisión, es el de crear un proceso de socialización, por medio del cual se unifiquen a la sociedad, otorgándole una amplia base de normas comunes, valores y experiencias colectivas. (65)

El comunicólogo Raúl Cremoux señala "...Hemos observado con claridad que la televisión ha venido operando -- como legitimador del orden social vigente; es decir, provee bases para la institución de un orden..." (66)

Pero ...¿Qué es Cultura?, por Cultura entendemos a - aquello que designa los saberes de las experiencias artísticas de una sociedad o de una comunidad. (67)

Ahora bien, en los campos y experiencias culturales de contenido ideológico, los objetivos son desarrollados al máximo a través de los medios masivos de comunicación, verbigracia, la televisión, por medio de la cual se ha dominado y aprovechado a las masas valiéndose de la cultura dominante para hacerlas "participar" como clientela, - -

(65).- Gómezjara, Op.cit, p. 364.

(66).- Raúl Cremoux, Op. cit, pp. 162 - 167.

(67).- Ibidem, p. 168.

como uno más del público, jamás tomando parte activa como colaboradores o creadores, sino como simples espectadores; estas masas auditoras generalmente observarán un carácter subordinado, por tal motivo, sólo se desarrollarán de manera limitada, lo cual la clase dominante ha venido empleando para seguir sometiendo a las masas. (68)

La dependencia de formaciones humanas sometidas a la dominación cultural de otras naciones, y en México concretamente a la estadounidense, comienza ya a dejar ver el nacimiento de una sociedad y cultura subordinada que se adhiere fragmentariamente, a un conjunto de patrones y modelos que los norteamericanos emiten y difunden con frecuencia insistente. Es un proceso por el cual se van abandonando las bases de la propia cultura sin posibilidad alguna de exteriorizar efectivamente en la otra. (69)

No debemos dejar de considerar que se pudiera hacer un buen empleo de los medios de comunicación, sin que se introduzcan los intereses mezquinos de grupos poderosos y se tomase como fin primordial el beneficio de la sociedad mexicana, se podrían ofrecer a las nuevas generaciones un conjunto de conocimientos que enfrenten al hombre consigo mismo y ante el mundo que le rodea, que le haga tener conciencia de estos aspectos, en donde la imaginación y la creatividad sean los objetivos fundamentales y en que las limitaciones no sean las que hoy se imponen y encubren, impidiéndose que el hombre no sea objeto del consumismo y la propaganda.

(68).- Raúl Cremoux, Op. cit., p. 164.

(69).- Idem.

"La participación cultural, no es viable mientras -- prevalezca la sociedad de dominación, mientras se considere como servicio público la ampliación de ciertos servicios mínimos. Mientras la televisión considere que su trabajo está cumplido con la difusión de miniprogramas de -- erudición; mientras que las autoridades consideren que es ésta la difusión que se debe hacer de la cultura; mientras que la cultura sea bandera, lanza y escudo de grupos y sectores." (70)

Los grupos humanos tienen derecho no sólo de vivir -- una cultura, sino de elaborarla, cambiarlas con la autonomía necesaria para escoger el fondo universal que resulte mejor para su desarrollo y calidad de vida humana.

"En la sociedad capitalista, la actividad creadora -- toma la forma de producción de mercancías, es decir de -- bienes intercambiables en el mercado. Los resultados de -- la actividad humana adoptan la forma de mercancías. En el hecho de ser intercambiables y vendibles estriba la característica universal y el denominador común de todas las -- actividades y de todos los productos". (71)

"Teóricamente, los medios masivos de comunicación -- están llamados a desempeñar un papel fundamental en todo -- proceso educativo, y singularmente, en el que se propu-- siera transformar los fundamentos de la vida política de -- una sociedad. En efecto la función de tales medios como -- difusores de valores de la cultura política, y como ins--

(70).- Ibidem, pp. 167 - 169.

(71).- Marttelart Armand, Biedma Patricio y Fuentes Santiago, "Comunicación Masiva y Revolución Socialista", Editorial Diógenes, S.A., México, Cuarta Edición, 1980. pp. 68 y 69.

trumentos de socialización en general, está suficientemen-
te reconocida. Esa función es singularmente relevante en
países como el nuestro en que la estructura propiamente
escolar es notoriamente deficiente para ejercer por sí --
misma la tarea de adecuar a los individuos a las formas
de comportamiento prevalecientes en el ámbito social de
terminado." (72)

Así tenemos que el consorcio televisivo privado ha
encausado sus transmisiones a objetivos particularmente
mercantilistas, lo que algunos especialistas han señalado
repetidas veces de la siguiente forma: "lo que era la ta-
padera cultural de Televisa, de un día para otro desapare-
ció de la pantalla todo tipo de referencia al 'Museo Ru-
fino Tamayo', pues éste dejó de ser administrado por la em-
presa Televisa y con el retiro del 'Tamayo', se produce
retiro de la publicidad. 'Otra expresión cultural que se
pierde porque los anuncios también son cultura'; una de
las virtudes del consorcio es la de la promoción inte-
gral, si Televisa tiene algo lo anuncia hasta en Chiqui-
lladas; que si vienen dos cuadros de Dalí, pues a dedicar
les un 'Contrapunto'; que si llega Picasso, pues a dedi-
carle un 'En Vivo'; que si los diseñadores italianos, po-
ne con Talina Fernández hacer 'El Mundo de la Moda', to-
tal que Televisa para eso está; para promover lo nuestro.
Ahora el consorcio televisivo, no tiene más que el Canal-
9, para defenderse de los terribles intelectuales, pues a
promover el 9 hasta en la sopa. Una pregunta final, ¿En qué
cabeza cupo el pensar que Televisa podría administrar --

(72).- Granados Chapa, Miguel Angel, Comunicación y Polí-
tica, Editorial Océano, México, D.F., 1986. pp. --
69 - 71

honestamente un Museo de Arte? ¿Quién se lo dijo o a -- quien se lo haya dicho y por qué rayos aceptó esa patra-- ña? Si es dueño de una miscelánea hasta a Dalí se le venderá como pieza de recambio. En fin, ¿A quien se le pudo ocurrir que la televisión comercial tiene algo que ver -- con el Arte?"(73)

De lo anterior, es obvio que la televisión como medio de comunicación masiva, ha venido manipulando de diversas formas a la cultura, un ejemplo palpable, es la -- forma en que se encausan los gustos artísticos y la vocación nacional por la belleza musical, la forma en que la televisión ha creado valores artísticos de este género y nos ha hecho prácticamente a todos adoradores y, lo que es todavía más interesante, compradores o adquirientes de los productos disqueros de artistas.

La repetición constante de un tipo de música y de -- los intérpretes, no obedece sólo a un gusto disminuído o a un mal gusto que se ha generalizado, sino específicamente a intereses mercantilistas, ya que las fábricas de discos están íntimamente vinculadas con la empresa de la televisión y en ocasiones, como en el caso de Televisa, -- cuentan con sus propias compañías disqueras. Esto viene a corroborar lo que considera el escritor italiano Umberto Eco: "...Es grave no darse cuenta que si bien la televi-- sión constituye un puro fenómeno sociológico, hasta el -- presente incapaz de dar vida a creaciones artísticas verdaderas y propias, aparece sin embargo, como un fenómeno sociológico precisamente capaz de instituir gustos y ten-- (73).- Jaime Septién, Uno más Uno, p. 25 del 26 de mayo de 1986.

dencias, de crear necesidades, esquemas de creación y modalidades de apreciación, aptos para resultar, a breve --plazo, determinantes para los fines de la evolución cultural..."(74)

Así tenemos que la televisión es un instrumento técnico del que se ocupan los manuales de la electrónica, basándose en que una cierta organización hace llegar al público, en determinadas condiciones de escucha, una serie de servicios que van desde la comunicación comercial hasta cualquier representación teatral.

La televisión como "servicio", constituye un proceso, fenómeno sociológico y psicológico, el hecho de que determinada imagen se transmita en una pantalla en dimensiones reducidas, a determinadas condiciones sociológicas y psicológicas. (75)

Al dirigirse a la colectividad, la comunicación de masas es por excelencia de carácter heterogéneo, se ha considerado de igual manera como sinónimo de sociedad urbana de masas, pero la comunicación masiva en esencia siempre tendrá carácter industrial (mercancía) que puede ser de dos formas: comercial o política, que será elaborada por una empresa comercial o bien por el Estado mismo. Esta --mercancía, elaborada para el amplio consumo recibe el nombre de -kitchs o camp- (*) producido en series, en cadenas

(74).- Umberto Eco, Apocalípticos e Integrados, Editorial-Lumen, España. p. 344.

(75).- Idem.

(*).- El Kitchs, es un término alemán utilizado para definir los mensajes que envía este tipo de cultura para las masas, según lo señala el maestro Francisco Gómezjara, en su libro "Sociología", obra anteriormente citada.

cantidades industriales cuya función no es cultivar al individuo sino introducirlo en la sociedad de consumo. (76)

El Kitchs es un producto para toda la gente, las -- iguala al consumirlo, los pseudodemocratiza, porque las -- reduce al nivel de los más incultos, estos productos -- muestran únicamente la superficie de las cosas, lo inmediato de los acontecimientos, lo intrascendente de la vida, -- que ocultan la realidad profunda, evaden a los consumidores, los vuelven conformistas y pasivos a cambio de entregarles prestigio de ser "como todo el mundo" y además los más modernos. (77)

Por su parte el Doctor en Comunicación, Gillo -- Dorflies, ha efectuado una distinción entre lo que es el -- Kitchs y lo que es la cultura popular, al señalar -- -- -- -- -- "... la verdadera cultura popular no es nunca un -- -- -- -- -- Kitchs. Existe claro, una cultura popular para el pueblo, hecha por la burguesía, que impone un cierto sentido cultural del mal gusto, de aburrimiento; se trata de una imposición al pueblo desde arriba. Cuando la cultura es popular es más científica por más modesta que sea. En cambio el Kitchs siempre es falso..." (78)

Las comunicaciones junto con el hombre, obedecen a un proceso de evolución, así tenemos, que a partir del -- Siglo XX ha surgido una revolución en las comunicaciones -- que se basan en el desarrollo de la tecnología, la elec--

(76).- Gómezjara Francisco, Op. cit. p. 352.

(77).- Ibidem, p. 353.

(78).- Uno más Uno, p. 23. abril 25 de 1986.

trónica, es decir la televisión, la sonorización de las cosas envuelve a la sociedad con imágenes y sonidos continuos y globales, a través de los cuales se han auxiliado para la transmisión de el "Kitchs", que traerá a la sociedad un sinnúmero de implicaciones que se simplifican en la utilización de las masas, la manipulación de las mismas, mediante la enajenación colectiva, o sea la adaptación del hombre al medio social, un medio que le es hostil, en términos generales que enajena. (79)

(79).- Gómezjara Op. cit., p. 354.

4.2 LA MANIPULACION MASIVA DE LAS EMISIONES TELEVISIVAS EN SU ASPECTO INFORMATIVO.

El hombre que habita las grandes Ciudades, como el caso de la Ciudad de México, se encuentra ocupado por un número considerable de problemas y actividades que le restan tiempo para dedicarse a leer los diversos diarios que informan de los sucesos que se generan en el Mundo que le rodea, así sucede que en la gran mayoría de los habitantes citadinos, es costumbre arraigada que una de las formas para obtener la información diaria, es a través del medio masivo que proporciona una fácil y cómoda manera de allegarse de este servicio, como lo es la televisión.

La televisión proporciona en forma de síntesis o extractos, los acontecimientos suscitados durante el día y que constituyen noticia, misma que es dicha en forma superficial por los comentaristas del ramo.

De igual forma, para abordar cada uno de los temas noticiosos del día, los Canales televisores necesitan contar con un grupo de colaboradores que lleven a cabo esta función. El problema que se origina inmediatamente, es que cada uno de ellos representa determinados intereses, como pueden ser del grupo que detenta el poder, el de la clase burguesa o bien de la proletaria, por tal motivo, la manera en que se trate el tema siempre estará encaminado a los intereses del grupo social o al nivel profesio--

nal en que se encuentre el encargado de la función de informar.

El maestro Francisco Gómezjara, señala en su libro - Sociología, que otra de las funciones de las noticias - - transmitidas, es otorgar prestigio a aquellos individuos - - que realizan el esfuerzo de mantenerse bien informados -- acerca de lo que sucede, o sea que el poner la noticia al alcance de todos no significa que todos los individuos ha gan uso de ellas. Asimismo, las noticias al dar informa- ción amenazan potencialmente las estructuras sociales es- táticas de una sociedad, o al emitirse desfiguradas ayu- dan a su supervivencia, por ejemplo, la información acer- ca de las condiciones de vida ideológica de otras socieda des pueden llevar a comparaciones y precisiones a favor - del cambio. (80)

En algunas ocasiones se ha propiciado que al emitir- se anuncios mal intencionados o carentes de veracidad, -- acerca de la existencia de algún peligro aparente que - - afecte a la sociedad, puede desembocar en pañico colecti- vo, a manera de ilustración, señalaremos el célebre hecho acontecido en la década de los años cuarenta, en donde el actor Orson Wells dramatizó por la radio al público norte americano, acerca de una invasión de los marcianos, la -- creencia del público receptor de que se trataba de un he- cho real, ocasionó una reacción de pánico entre la muche- dumbre que en su afán de huir propició lesiones e incluso la muerte, en muchos individuos.

(80).- Ibidem. pp. 359 y 460.

Sin lugar a duda, el poder de los medios de comunicación masiva en una sociedad en donde la gente es demasiado sugestionable, genera diversos efectos.

Por tal motivo, quien sea propietario de un medio de comunicación-como lo puede ser la televisión- fácilmente será el dominador de la opinión pública y estará en condiciones de manipular a las multitudes a donde sus intereses económicos, políticos, culturales o ideológicos mejor convenga.

Abundando sobre lo antes expuesto, tenemos que en el aspecto de la información que se desenvuelve en torno a cualquier suceso que se genere en la Nación o bien en el Mundo entero, en todo momento veremos como la forma en que se emite ésta a través de la televisión mexicana, genera una influencia determinante sobre la sociedad.

"La personalización en la noticias ha permitido que un grupo de locutores adquieran un poder enorme sobre millones de mexicanos. Con una óptica alejada de cualquier objetividad posible, brindan noticias tendenciosas que en materia internacional, complementan extranjeros vinculados a intereses políticos quizá comunes: un franquista desde Madrid, una sionista desde Medio Oriente, cubanos batistas desde los Estados Unidos. En este sentido individuos como Ochoa y Zabłudowsky van más allá de las tesis del Gobierno Mexicano, y si políticamente defienden todas las trapecenas 'institucionales', en el aspecto ideológico se identifican con el sector más derechista de la burocracia política. Una televisión concesionada por el gobier-

no a nombre del pueblo de México, es así en materia informativa un vocero del departamento de Estado norteamericano". (81)

Hacemos notar que en materia de emisión de noticias se debe tener mucho cuidado, pues dependiendo de la forma en que se proyecten, de la importancia que se les otorgue, será la idea que tenga la sociedad nacional acerca de lo que se genera a su alrededor y en el mundo entero.

Sobre este particular, la televisión comercial en nuestro País ha actuado de manera extremadamente peculiar, pues clasifica, tergiversa e informa de acuerdo a sus intereses, enalteciendo en el momento que juzga oportuno, los acontecimientos que vulneran la vida de los Estados Unidos de Norteamérica, un ejemplo de ello, se presentó en el año de 1986, cuando se suscitó el ataque estadounidense a Libia, al respecto, el columnista Roberto Peredo, en su espacio periodístico en la página 27 del diario Uno más Uno, del día 25 de abril de 1986, señaló: "Me indigna la parcialidad del lector de noticias Jacobo-Zabludowsky, quien para hablar sobre el criminal ataque estadounidense a Libia, dedicó largos minutos a lo que llamó 'el terrorismo internacional'. Me indigna porque de este tipo de parcialidad nacen los grandes odios, los que reducen las grandes guerras más crueles, el columnista se pregunta: ¿Es realmente el terrorismo lo que ha orillado a Adolfo Reagan a bombardear a Libia? ¿No es su ansia de poder? ¿No ha sido su incapacidad para aceptar que los hombres del mundo pueden elegir sus banderas y sus reli-

(81).- Granados Chapa. Op. cit. p. 73.

giones? ¿No es ceguera política nacida de su vedetismo lo que le ha hecho gritar por los micrófonos de la tierra su inmaduro cuasigénético elemental antimarxismo? Pero la privilegiada posición que tiene nuestro estimado Jacobo no le sirve en lo absoluto para intentar un poco de objetividad y empecinado como cualquiera que ha llegado a detentar sitios de poder asume que aquellos que le pagan -- son los que tienen la razón, efectuando la alabanza al -- prepotente, sin poder (o sin querer observar) que el apoyo irrestricto a tales acciones de tales sujetos. Condenó pues a noticieros televisivos manipuladores de la información porque colaboran a la injusticia del mundo, al no favorecer la crítica en telespectadores. Condenó a los noticieros televisivos que habiendo apenas presentado un caso como el del ataque estadounidense a Libia, se permitan -- ofrecer una revista de modas (antes, por supuesto de darditiempo a una reflexión crítica) ¡Todos los espectadores del Mundo unidos contra toda estupidez y lapidalia!"(82)

Otro ejemplo a esta forma de manifestación de inquietudes se señalan cuando el Director del CREA, Heriberto Galindo Quiñones, expresó con respecto al veto a entrevistar por la televisión a la señorita Nicaragua, invitada por el Gobierno de Tabasco a la feria "El desarrollo Tabasco 1986" "...lo que hizo el locutor fue una muestra de como se manipula la información..."(83) y con respecto a la justificación que Velasco hizo a su postura, sobre que él no iba a pasar en las cadenas de televisión de --

(82).- Uno más Uno. del día 25 de abril de 1986.

(83).- La Jornada. 25 de abril de 1986.

Estados Unidos, para ofenderlos, a una nicaragüense (La-Jornada 26 de abril de 1986).

Por lo anterior, consideramos que no es posible -- aceptar en un sistema de derecho como el nuestro, que en materia política se manifiesten este tipo de hechos, toda vez que caeríamos en un franca contradicción a la política de no intervención y soberanía en la autodeterminación de los pueblos, pues nuestro país se ha caracterizado a través de su historia por el respeto a todos los países del orbe, incluyendo por supuesto, a Nicaragua y a su Soberanía.

De lo anterior, es posible concluir que únicamente los televidentes se entenderán de lo que Televisa quiere de acuerdo a sus intereses. El monopolio privado tiene la facultad de poder televisar los acontecimientos que guste y difundirlos como mejor convenga a sus intereses, mismos que obviamente jamás serán los que convengan a la Nación ni a las clases necesitadas.

Sobre el punto que tratamos, resulta interesante lo siguiente:

"En pocos ámbitos de la vida nacional la falta de democracia es tan notoria y sus consecuencias tan desastrosas, sin embargo el Presidente de la Comisión de Radio y Televisión de RTC, ha manifestado que las clases de la televisión concesionada son resultado de los 'riesgos de la democracia'. El argumento en que tales funcionarios apoyan su desafortunada tesis de que el ejercicio

monopólico de la comunicación electrónica forma parte de los riesgos de la democracia, aludió a la libertad de expresión y añade respecto a la información no deja de ser curioso que se invoquen precisamente antes que el modo de operar de Televisa anula por completo ¿Donde está la libertad de expresión de quienes no piensan como oligarquía electrónica? ¿Cuál es el respeto a la información, por ejemplo en los noticieros de Televisa? Si en verdad se trata de asumir los riesgos de la democracia, la única vía es abrir espacios en radio y televisión a las diferentes posiciones del aspecto ideológico-político. Un síntoma de la miseria teórica que corroe al grupo de gobernantes y a la clase dominante consiste en que no se encuentra más alternativa frente al Estado obeso que la oligarquía obesa. Solo habrá libertad de expresión en la televisión, cuando tengan presencia todos los segmentos de la sociedad civil y no únicamente el núcleo identificado con el capital y con las iniciativas de la Casa Blanca". (84)

El tono cotidiano de la información que propaga la televisión concesionada, la mezcla de tontería y el ejercicio abusivo del monopolio televisivo no tienen vínculo alguno con la democracia.

El periodista Raúl Trejo Delabre, señaló "... que ha ce como un año, e. The Washington Post, comentó que las noticias transmitidas por cadenas norteamericanas conectadas al sistema mexicano de Cablevisión, son interrumpidos cuando versan sobre México y en su lugar aparecen por ejemplo anuncios sobre la programación del sistema, noso (84).- La Jornada, Carlos Pereyra, p. 5. mayo 2 de 1986.

tros tenemos órdenes de la Secretaría de Gobernación para bloquear las noticias acerca de México", lo anterior lo hizo público el señor Adrian Fournier, vocero de la empresa propietaria Cablevisión, S.A., al contestar una pregunta que se le hizo sobre la aparente censura; este hecho se publicó en el Diario Universal, el 14 de julio de 1985.

4.3. LA MANIPULACION MASIVA DE LAS EMISIONES TELE
VISIVAS EN SU ASPECTO PUBLICITARIO.

PUBLICITARIO.- El impacto de la publicidad como una forma de manipulación de la conducta y del comportamiento de las personas, como una forma de decir, cómo ser, cómo vivir, qué comer, etc.

Como forma ideal para el logro de la persuasión y la generación de comportamientos, la publicidad no se ocupa en la actualidad exclusivamente de poner en conocimiento de la comunidad la existencia de algún producto o servicio que exista en el mercado.

La publicidad va más lejos, se trata de un mensaje - "conciso, sencillo y franco, carente de encubrimientos y capaz de ir directamente a su objetivo con la cabeza en alto, se funda además en el conocimiento científico, especialmente en las ciencias de la conducta en particular -- con psicología; a través del auxilio de esta ciencia se pretende encontrar una acción refleja en la mente del consumidor de tal manera que quedará condicionado para adquirir determinado producto , esto es que se trata de un modelo llamado mecanicista en la publicidad. (85)

Con el objeto de acrecentar el ámbito de la publicidad, se aplican en este aspecto, técnicas como las del -- psicoanálisis, de la misma forma, otros medios como el de

(85).- Granados Chapa Miguel Angel, Op. cit., pp. 117 y -- 118.

la investigación publicitaria que se basa en la creación de la imagen del producto.⁽⁸⁶⁾ Así tenemos que ya no se proporciona exclusivamente la información sobre el producto mismo, sino que se crea alrededor de éste un sin número de características y elementos y que al mismo tiempo, se constituye como la envoltura; así esta forma es la que en la actualidad con mayor fuerza es explotada a través de la televisión, ocasionándose que el adquirente de algún producto no compre intencionalmente el producto, sino la influencia que genera la imagen que se tiene del mismo, almacenada en su subconsciente.

El periodista Miguel Angel Granados Chapa, considera que; "...En nuestro país, la publicidad está estructurada de tal manera que toda ella se refiere a modos de diseñar la conducta de los consumidores. No se trata (como ya no ocurre en ninguna parte) sólo de poner en comunicación a los productos con los consumidores o con los usuarios de los bienes y servicios. Se trata al contrario, de poner la publicidad al servicio de una estructura de los bienes y los servicios, de una estructura económica, que pretende acelerar al máximo el proceso de circulación del capital para formar su acumulación, para propiciar su crecimiento.

No es casual por lo tanto, que el liderazgo, la cabeza del manejo de la publicidad de nuestro país, corresponda a empresas extranjeras, a empresas transnacionales tal es el caso de la Walter Thompson, por lo cual resulta claro que se espere de estas empresas, una publicidad

(86).- Ibidem, p. 119.

que se encamina a la desnacionalización de los valores y de las formas de vida propias de nuestro país". (87)

Así tenemos que los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, se enfocan hacia el cambio de valores y persuaciones tendientes a lograr el cambio de conducta en los individuos.

Los principales productos que son publicitados a través de la televisión mexicana, son los encargados de promover el alcoholismo, el aprender por correspondencia y la importación de aparatos eléctricos. Por este motivo, la publicidad induce a que los espectadores actúen de manera irracional provoca el consumo alimentario de productos "chatarra", mismos que no cuentan con ningún poder nutricional y que propician la desnutrición especialmente infantil que existe en nuestro país.

Esta forma de manipulación del comportamiento de los mexicanos en su régimen alimentario, no es exclusivo, sino que se desenvuelve a través de cualquier manifestación humanitaria, incitándoles a la adquisición de tarjetas de crédito, que no exclusivamente atañen a la economía del individuo, sino acrecentan la crisis económica pues elevan la inflación, toda vez que, al emplear una tarjeta de crédito, lo que en realidad estamos firmando es un pagaré. (*)

(87).- Idem.

(*).- Título de crédito a través del cual se establece la promesa incondicional de pagar una suma determinada de dinero en una fecha y lugar determinado en favor de una persona denominada beneficiario, Art. 170 de la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito.

No debemos dejar a un lado lo que genera la publicidad a través de la televisión, es un peligro, del que no se puede desprender toda vez que ésta vive de la publicidad.

Tal y como lo hemos señalado desde el capítulo anterior, la televisión, al efectuar mediante sus transmisiones la emisión de publicidad, genera que la conducta de los teleespectadores se encamine hacia determinadas necesidades ficticias, como el generar alguna satisfacción -- por el hecho de usar un producto; al respecto, el periodista Héctor A. Ramírez, en su artículo denominado "Compras visuales", publicado el 13 de mayo de 1986, en el diario "Uno más Uno", destacó:

"Dentro del maravilloso mundo televisivo existe un elemento cabalístico del que poco nos hemos ocupado: los anuncios comerciales. Los programas de televisión entran en las categorías de bueno, regular y malo, pero quienes en realidad son culpables de su existencia (los patrocinadores) por lo regular quedan al margen de toda crítica o simple comentario.

"¿Cuál sería la razón de ésto? Todos estamos de alguna u otra forma, contagiados por el consumismo, y los comerciales no son otra cosa que parque almacenado en nuestras cananas cerebrales, dispuesto a ser disparado en cualquier momento, a la menor provocación. Lo malo de esto es que, debido a la maldita crisis, de la que, a decir de muchos políticos, 'el pueblo está consciente de que es pasajera', casi siempre la pólvora está mojada y no queda otra más que ir a Perisur a dar vueltas y vueltas para alucinar un rato, o bien, salir con una insignificante bolsita que contiene una o varias quincenas.

"Para evitar este tipo de inconvenientes, y ante la imposibilidad de ingresar al sofisticado mundo

de pocos, elige la alternativa de muchos: sentarse a ver la televisión, no por los programas sino por los comerciales.

"La imaginación se desborda y los sentidos adquieren características insospechadas. Mi piel se broncea al ver los cómodos y lujosos hoteles de las playas de Acapulco. Confieso apenado que no puedo sa borear -en forma visual- los suculentos platillos de todas las regiones del país captados por las cámaras para propaganda de la Secretaría de Turismo. Sería cobarde de mi parte negar que viaje en todas las picudas marcas de automóviles que anuncian, para ir al supermercado y llenar varios carritos de champús, ali puses, chuchulucos y todos prodigios que veo en la televisión.

"Si comprara invariablemente, la misma marca de un producto, sería castrante. Por eso cuando fumo a veces me siento vaquero o rodeado de infinidad de bellas mujeres. Todos los vaqueros me refrescan: para sentir que la vida tiene chispa, para acabar con la peor sed, para poder decir requeterrefresca y si todo mundo quiere tomar algo... pús yo también. Gracias a la publicidad lo elemental se convierte en maravilloso: bailo en la regadera y me siento como nuevo, me rasuro y cepillo los dientes infinidad de veces al día, siento la suavidad y soy feliz con los papeles sanitarios, y admito que muchas veces he estado tentado a usar toallas sanitarias.

"La decoración de mi casa cambia en cada momento; me la imagino con lo muebles que se anuncia, a veces con todo y locutora. Mi imaginación la mantiene impecable gracias a todos los productos de limpieza que aparecen en la pantalla del televisor. Gracias a los insecticidas los caricaturescos bichos ya más merodearán por mi cocina. La pobreza nunca ocupá mi pensamiento. Mi firma adquiere poder y vivo de mis tarjetas de crédito; puedo soñar que todos los bancos están a mi disposición produciendo miles de pesos de intereses, sin salir de mi casa. Si el problema es la morralla, para eso están las monedas del Mundial.

"La televisión me da opciones: si tomo determi-

nado chocolate, puedo ser goleador en el extranjero; si como ciertas galletas podría ganar medalla en las Olimpiadas; si invierto en determinado banco, seguramente podré ser estrella de las grandes ligas, etcétera.

"Los anuncios comerciales son mis islas de la fantasía, gracias a ellos puedo conseguir todo lo -- que esté a mi alcance. La satisfacción que me proporcionan (erótica, afectiva y moral) es expreso como a casi todos nos pasa ...aunque nos da miedo confesarlo."

4.4 LA MANIPULACION MASIVA DE LA EMISIONES TELEVISIVAS EN SU ASPECTO RECREATIVO.

Por lo que corresponde a la programación que se estructura en la televisión mexicana, relativa a la función recreativa, observamos las siguientes formas, las cuales hemos clasificado para efecto de nuestro estudio, en los apartados que corresponde a programación para niños, (caricaturas); para adultos y adolescentes (telenovelas, futbol y programas musicales); por ser éstos dentro de la gama de la proyección televisiva que entretiene y recrea, los que con mayor fuerza se transmiten con el objeto de influir directamente en los gustos de las masas.

Así tenemos, que por lo que corresponde a las telenovelas a través de las cuales se genera la transmisión de propaganda manipuladora ideológicamente, que plantea un modelo de deber ser de la vida; si se trata del aspecto sexual, se encamina exclusivamente al ámbito del matrimonio, mismo que sólo podrá ser puro si es que crece al amparo de la bendición de la religión y de la Iglesia, al respecto, la periodista Irene Herner señala - - "...las telenovelas son cápsulas educativas encargadas de transmitir a un público las exigencias de la moral sexual imperante.

"La legitimidad del erotismo agachado, camuflaje del matrimonio monogámico y al servicio de la reproducción, es el precepto moral por excelencia del cristianismo que lo detenta desde hace siglos como el fundamento del - -

orden social..."(88)

Prueba de lo que se ha señalado anteriormente, es -- que en el contenido de toda telenovela, encontramos al sa cerdote representante de la Iglesia como un personaje imprecindible portador y transmisor de la bondad, orientador y ordenador de lo que mal funciona en los hogares novelescos; generalmente, observaremos el revertimiento de los consejos emitidos por el clérigo al público televidente, además de este contenido (religioso-moralista), se -- transmiten a la sociedad receptora los intereses de quienes detentan el dominio económico, el cultural y el político de nuestro país.

"El adulterio, el triángulo amoroso, todo tipo de in fidelidad y varias de las formas de insatisfacción son temas muy socorridos por las telenovelas del 2 y del 5. La voracidad en todas sus formas es en ellas el invitado cotidiano. El universo de inmoralidad y de violencia es lo que hace atractiva este tipo de programación. El mensaje moral propagandístico, ideológico, educativo o como quiera llamarse toca en el público las cuerdas de lo que es - el deber ser de la conciencia y de la voluntad que confor man uno de los aspectos de la mente. El otro, aquello que estructura y determina a la mente, desde la obscuridad -- del inconsciente, no es por ello menos social, sino por - el contrario generador fundamental del hecho social y de la acción política..."(89)

(88).- Uno más Uno; p. 21. del día 15 de mayo de 1986.

(89).- Irene Herner, Uno más Uno. p. 23 del día 16 de mayo de 1986.

De igual forma, a través de las teleseries novelescas tienden a producir un gusto colectivo que en el momento propicio puede ser manipulado por la publicidad^(*), al grado de generar un acuerdo popular efectivo y muy eficaz a través del cual se diseña la moda en el modo de vestir, en el decir y hasta en la forma de vida de los espectadores^(**), quienes tenderán a obtener el nivel de vida de la clase dominante, pues es el modelo ideal que proyecta la transmisión de telenovelas.

El comunicólogo italiano Gillo Dorfles, en conferencia del 25 de abril de 1986, durante su visita a la Ciudad de México, opinó de las telenovelas lo siguiente: - - "Es un simulacro, la presencia de una vida simulada en -- lugar de una vida actual. Hay una vida falsificada: en -- lugar de acontecimientos se ofrecen pseudo-acontecimientos; lo que en general se ve por televisión, es una actualidad falsificada. Uno de los peligros de la mass-media - es que no hay diferencia neta entre los acontecimientos - verdaderos, en vivo y la ficción. Los espectadores generalmente que ven un hecho real y es ficción, o ven algún suceso ficticio y creen que es real; llega el momento en que el telespectador no diferencia entre lo que es la san

- (*) .- Publicidad que se transmite, con el objeto de que se adquieran un sinnúmero de productos que portan los actores de la trama, que van desde un simple vestuario hasta los muebles de una habitación.
- (**).- Al decir espectadores, nos referimos al público en general que puede estar constituido de hombre y mujeres, pues las telenovelas en nuestro país no solamente cuenta con auditorio femenino, sino que -- acaparan en gran cantidad el gusto masculino.

gre real, de la guerra y las torturas, y la sangre hecha de salsa de tomate y pintura de las películas y los programas de televisión.⁽⁹⁰⁾

INFLUENCIA EN LOS NIÑOS.- Los efectos que genera la televisión en los niños es un problema verdaderamente inquietante, que ha propiciado que innumerables autores -- tanto nacionales como extranjeros se ocupan de él; las interrogantes que surgen de este problema son las siguientes:

En primer lugar, es precisar si realmente la televisión es perjudicial para los niños; lo cual nos lleva a cuestionar: si ésta se relaciona con la delincuencia juvenil?, ¿si provoca que los niños se comporten en forma más violenta?; esto claro está, derivado de la violencia que se transmite en algunos programas de televisión.

Aunque la televisión en nuestro país no tiene más de medio siglo, ésta se ha implantado ante la generalidad de la comunidad y existen generaciones de niños que han estado expuestos a ella durante la mayor parte del tiempo, por tal razón, los efectos provocados por la misma son de diversa índole y de variadas consecuencias.

La Doctora Eleonor Maccoby, de la Universidad de Stanford, en los Estados Unidos de Norteamérica, maestra en Psicología y autora del libro "Patrones para la Educación del Niño", describe que los niños generalmente no aprenden con la televisión; pero cuando aprenden, - -

(90).- Uno más Uno, del 25 de abril de 1986. p. 23.

comúnmente el hecho es incidental al valor de entretenimiento de un programa.

Sin lugar a duda, la influencia que ha generado la televisión en los niños como fenómeno social, ha repercutido en el mundo entero; así tenemos, que en países como Estados Unidos, se han efectuado un sin fin de investigaciones al respecto como la del escritor Wilbur Schramm, que considera: "La televisión es una experiencia estimulante para los niños muy chicos ya que los niños de edad preescolar que tienen acceso a la televisión han llegado a la escuela con vocabularios más ricos que los niños -- que no han tenido las experiencias que proporciona la televisión. Sin embargo la diferencia de vocabulario se diluye pronto bajo el efecto de la educación escolar, por lo que todo parece indicar que el impulso inicial que la televisión proporciona al aprendizaje del lenguaje, no constituye una ventaja constante."⁽⁹¹⁾

De las consideraciones del citado autor, nosotros nos planteamos la siguiente interrogante; ¿en qué grado es benéfico para un menor el ser sometido a situaciones que difícilmente comprende o, en el supuesto de que comprenda, no tenga edad para saberlo, pues se corre el riesgo de caer en una contradicción al orden biológico del desarrollo de los seres humanos, pues como sabemos, el individuo para llegar a la madurez atraviesa por diferentes etapas en las que se va conformando la integración de su identidad y, por tal motivo, nos atrevemos a

(91).- Wilbur Schramm, La Ciencia de la Comunicación Humana, Editorial Grijalbo, Traducción de Rogelio Carbajal, México 1982. pp. 143 y 144.

afirmar que al niño no hay que adelantarlo a estas etapas, sino que por el contrario, es necesario dejarlo que se desarrolle conforme a la etapa biológica que le corresponde.

Por otra parte, es preocupante la cantidad de violencia y crímenes que los niños ven en la televisión, ya que consideramos que les afecta en la vida real, pues algunos investigadores han llegado a concluir que la agresividad de los niños se hace mayor si la observan por televisión, tal y como el comunicólogo Wilbur Scharrm, señala: - - - "..."se han descubierto que mientras más horas invierta un niño en ver televisión, más propenso está a manifestar impulsos agresivos en las pruebas de personalidad para objeto de medir los sentimientos hostiles. Es cierto que no existe un gran número de casos bien documentados, en los cuales el joven delincuente ha imitado los crímenes que se ven en la televisión..."(92)

Para ejemplificar lo anterior, el autor recurrió a un experimento que llevó a cabo en dos grupos de niños, primeramente presentó un programa agresivo ante un grupo de niños y, material no agresivo al otro grupo; inmediatamente después de ver la historieta, se pidió a cada niño que eligiera entre dos juguetes para entretenerse, éstos eran agresivos (si el niño accionaba una palanca hacia -- que dos muñecos se golpearan en la cabeza) y el otro, un juguete no agresivo (dos muñecos que no se golpeaban). Los niños que vieron el programa agresivo inmediatamente mostraron inclinación por el juguete agresivo, mientras que-

(92).- Ibidem, p. 146

los niños que no vieron el programa agresivo se inclinaron por el juguete no agresivo; este descubrimiento hace patente que los, programas con cierta dosis de agresividad estimulan los impulsos agresivos de los niños. (93)

Aunque cabe aclarar que el propio autor ha considerado que si el niño imita o no lo que ha visto en la televisión, ésto se deberá además a la dependencia de otros factores, como son la educación que les den los padres, al carácter de cada niño, a la sociedad que le rodea, entre otros, haciendo hincapié en que la televisión no es la -- única ni la principal influencia que actúa sobre las actitudes y los valores de los niños en la mayor parte de la esfera de su vida, pero es una fuente importante de influencia para éstos y como tal, debe ser objeto de preocupación y acción pública. (94)

Así tenemos, que al niño hay que protegerlo no solamente desde el punto de vista físico sino con verdadero esmero en el aspecto intelectual, pues sin lugar a duda de este dependerán su desarrollo, de tal forma, que la televisión como uno más de los medios masivos de comunicación debe de participar completamente con la función de encausar y cumplir con tal objetivo.

Ahora bien, la televisión comercial en nuestro país, lejos de ayudar a este desarrollo, desvirtúa su función comunicadora y la emplea con intereses mercantilistas, al crear programas infantiles a través de los que se proyecta la agresividad elevada a su máximo nivel y al mismo -

(93).- Ibidem. p. 147.

(94).- Idem.

tiempo, en la transmisión efectúa cortes publicitarios -- que incitan a que el niño compre a los héroes de las caricaturas que son hechos juguetes con objeto de su explotación en el mercado, lo cual es un éxito seguro, pues cada niño siempre deseará contar con un héroe propio, o con un artefacto de similar naturaleza.

Por tales razones, nos adherimos a los postulados -- del periodista Jaime Septián, el cual señaló en su nota periodística del 9 de mayo de 1986, publicada en el periódico Uno más Uno, "...La cultura para ser traducida a los niños, requiere con anterioridad de un planteamiento fuera de los esquemas tradicionales dominantes, requiere de su oxigenación y de la consideración de lo que podría llamarse la tradición cultural infantil, ésto es la tradición de preguntar. (95)

Sin lugar a duda, el problema fundamental dentro de la relación entre la televisión y los niños, consiste primeramente en efectuar una reconsideración en la que se tome en cuenta la capacidad volutiva con que efectivamente cuenta el medio de comunicación y estar al tanto de su -- disposición para colaborar en el desarrollo del mismo, o si por el contrario, si con sólo ver la televisión, el pequeño espectador puede tener influencias negativas en su desarrollo.

La realidad nos ha demostrado que la televisión con que contamos en nuestro país no ha sido capaz de apoyar efectivamente el desarrollo del niño mexicano, aunque es-

(95).- Uno más Uno. 9 de mayo de 1986. p. 27.

de reconocer que la Secretaría de Educación Pública ha ve
nido efectuando esfuerzos para sustituir la educación for
mal en los lugares más recónditos de la República Mexica-
na, en los que sería imposible llegar de alguna otra for-
ma y no es posible impartir directamente la educación - -
formal. Por lo que corresponde al resto de la programa- -
ción infantil (que comprenden la mayor parte), no se ha -
intentado apoyar al niño para lograr que éste comprenda -
al medio que le rodea, por tal motivo, los especialistas-
en la materia han emitido el siguiente comentario:

"Algunos apólogos de la televisión, podrían decir --
que el desarrollo del niño, es mayúsculo que cada día por
su exposición a la pantalla casera saben más sobre más co
sas y que incluso ya asisten a congresos (*) en los que -
piden cambios estructurales, lo cierto es que los niños -
de generación de la televisión saben de superficie, no de
honduras; o sea que lo que los niños saben es una - - - -
ficción, aunque es menester aclarar que saber mucho no --
significa saber bien. La cultura en cápsulas indigesta, -
provoca caos de tránsito entre la realidad y el deseo. Pa
ra referirnos a estos modernos sabelotodo, los críticos -
radicales del medio no han vacilado al señalar que se es-
tá produciendo una serie -y en serio- enorme cantidad de
sabios idiotas. Lo anterior no habla por supuesto, mal de
los niños, a lo más indica el tipo de mundo que los adul-
tos les estamos legando, más allá de las simplezas ideo -
lógicas es urgente que precisen de un espacio para - - -
que el niño mexicano se oxigene, aprenda a jugar, esto es

(*).- Se refieren al 'Congreso de los Niños' que desde --
1986, se efectúa cada mes de Mayo.

que aprenda a apagar la televisión y a observar el mundo. Solamente así podrá solidarizarse con él y con los que en él transitan."(96)

ASPECTO DEPORTIVO.- Los griegos decían que era imprescindible para el ser humano y la liberación de su espíritu, el mantener la mente y el cuerpo en perfecto estado de salud; indudablemente, para lograr un equilibrio emocional e intelectual, es necesario el sometimiento a un proceso que implica el desarrollo evolutivo del individuo en este aspecto y que desde su origen, se obtiene en las aulas; pero para lograr el equilibrio armónico del cuerpo humano es necesario allegarse de algunos elementos como son la alimentación, el descanso y el deporte, por señalar algunos.

La televisión mexicana ha integrado a sus transmisiones dentro del apartado de entretenimiento, algunos programas en los que se tratan y proyectan las diferentes ramas del deporte, pero el que especialmente acapara nuestra atención es el futbol soccer, el que más aceptación tiene en el público nacional, especialmente en el masculino, no debiendo excluirse al femenino, que aunque en menor cantidad también participa como receptor de este espectáculo, ello, propiciado por la publicidad exagerada y desmedida que este medio de comunicación le da al susodicho deporte. La televisión mexicana se ha encargado de difundirlo, desarrollando para ello un campeonato que diseña y organiza la Federación Mexicana de Futbol, mismo que es proyectado por la televisión tanto Estatal como privada, en donde se le utiliza como un espectáculo-

(96).- Jaime Septián, Uno más Uno. del día 10 de mayo de 1986, p. 27.

netamente mercantilista, encaminado al logro desmedido de ganancias en favor de los grupos que lo promueven y muy - especialmente, del televisivo comercial.

Tenemos que para nuestra sociedad, el futbol es importante, pues además de tratarse del deporte que más se practica en el país, se constituye en el espectáculo que mayor número de seguidores tiene, pues si al total del -- público del estadio le sumamos a los espectadores televisivos, tendremos una cantidad considerable.

La televisión nacional y en especial la comercial, - ha hecho del futbol, uno de los principales conductos para mantener la pasividad del público, pues monopoliza - - esta actividad al integrar equipos, estadios y dirigentes, a través de la cual puede manipular intereses y voluntades.

Así tenemos que a través del futbol, se ha venido -- alejando de la conciencia de nuestro pueblo, la realidad que le rodea y que en un momento determinado le puede estar afectando, tal y como lo señaló en su artículo del día 20 de febrero de 1986, el periodista José Guerrero -- Ch. publicado en el periódico Uno más Uno, en la página - 27 y que señala:

"T.V.: La superación de la crisis

"La recesión no pasa por la televisión. Esta es consigna no explícita que cotidianamente practica la T.V., aunque el Guadalajara pueda producirnos una -- inevitable nostalgia, debemos de reconocer que en este

período de redefinición económica y ajustes no difundidos colabora en la emisión de entretenernos en el rumbo del balón, antes que en el rumbo del país. En uno de los partidos de cuartos de final, a través del cual se disputaba la copa de campeonato en partido entre el Guadalajara y el Puebla, mismo que desembocó en un 3-2 Guadalajara por encima en marcador.

"La gente volcó ánimo y espíritu, afirmó el cronista del partido Vía Imevisión, al término del mismo. ¿Conoce usted alguna noticia de la Secretaría de Programación y Presupuesto, de Hacienda y Crédito Público o del Banco de México, que pueda en esta época entusiasmar a noventa mil personas o a un millón de tele-espectadores informaciones en que lo ilegible simula a la situación?

"El espíritu del momento extra-estadio, es cada vez más ajeno al entusiasmo. Pobrementemente una parte se ha refugiado en la práctica y la especulación masiva de los deportes. El futbol es la única casi-religión que puede hacer llevadera la crisis de tiempo completo: 90 a 180 minutos de ansiedad y de emoción contra una semana de caras largas por la insuficiencia salarial. La televisión alcahuetea la circunstancia o bien intencionadamente otorga entretenimiento.

"Inseparables funciones, significados variables si se trata de administrar la abundancia o afrontar la situación, el futbol está de pie.

"El Guadalajara abre el marcador y el desahogo de la fanaticada, tras las porterías, la congoja y la presión se desvanecen, se diluyen, Obviamente Brandy Presidente y metros más adelante, Aspirina. Propuesta comercial que da continuidad al relajamiento, irritación posterior y vuelta a la vida diaria. Vivo mis años en partidos, cuento mi recepción por campeonatos.

"El comentario de Fernando Marcos hacia un reportero, situado en algún lugar de la cancha, menos en el adecuado, es aplicable a ese aire de repetición permanente que los juegos tienen por T.V. o a la propia permanencia de la crisis: Como Quevedo ni sube, ni baja, ni se está quedo."

jugar, sin olvidar las dificultades económicas y familiares en todos los niveles. Esto no significa que no deba llamarse la atención respecto a las consecuencias que esto implica, y de las que se debe estar consciente para procurar enfrentarlas.

"No debe olvidarse que el niño necesita de las actividades psicomotoras para su adecuado desarrollo físico y mental, las que por su propia índole, frecuentemente resultan molestas y ruidosas para los adultos. Todos los 'juegos' programados que producen tanto la publicidad como las series de televisión, están muy lejos de satisfacer las necesidades de los niños".

Otro ejemplo palpable de la situación que se genera en nuestro país, es el que se suscitó en el pasado Campeonato Mundial de Fútbol, en el que la participación de la televisión Estatal dejó mucho que desear, toda vez que -- con objeto de estar preparada adquirió equipo para transmisiones por un valor de 13 millones de dólares. Esta institución hizo de dominio público por conducto de su Director de Planeación, que anunció se transmitirían una serie de partidos en vivo y programas complementarios como resúmenes de los mismos, además de algunas cápsulas informativas, pues lógico pensar que durante un Campeonato Mundial la gente se interesa más en eso que en cualquier otra - - cosa. (97)

De esta manera, hermanadas por Teleméxico, Imevi- - sión y Televisa transmitieron idéntica señal generada en la misma cancha futbolera, por lo menos en los partidos - de la inauguración y final del Mundial.

Ni la televisión del Estado ni Televisa, renuncia- - ron a efectuar las transmisiones de este Campeonato Mun- - dial, así Imevisión con su frase: "Lo vamos a - - - - - apantallar", cubrió las transmisiones del mismo para el - mundo entero.

Por otra parte es importante destacar las activida - des que se llevan a cabo para ofrecer al público nacio- - nal otros estilos de juego, tal es el caso de fútbol - - que se transmite por los Canales del consorcio televisivo privado desde España, pues no se podrá dejar de proyec- -

(97).- Pedro Sabau, Director de Planeación de Imevisión, - Uno más Uno, p. 18, del día 29 de marzo de 1986.

tar un partido en que juegue Hugo Sánchez, ya que parece que se quiere con ello hacer entender a las masas que se trata de un orgullo nacional el que un mexicano juegue en canchas extranjeras.

El traer transmisiones de futbol extranjero a nuestra televisión mexicana, no es actividad exclusiva de la televisión comercial, toda vez que los días domingo se proyecta por el Canal 7 de la Red Imevisión, algunos de los partidos más relevantes del Torneo de Futbol Italiano. Por lo anterior concluimos que lo importante para ambas televisoras es competir en este renglón trayendo partidos del Extranjero para acaparar el mayor número de telespectadores. Lo único que en realidad se logra es entre tener la mente y las inquietudes de los ciudadanos, alejándolos de la realidad.

En lo que corresponde al futbol-americano, cabe destacar la ingerencia y aceptación que ha ido alcanzando en el gusto del público masculino de nuestro país, a través de este deporte se proyecta a la sociedad nacional las formas y costumbres deportivas del vecino país del norte, es sin lugar a duda, una de las formas de transculturalización (*) en que mayor impacto ha causado en las últimas fechas en México, pues se trata de un espectáculo que se hace acompañar de llamativos elementos publicitarios los encargados de las transmisiones de este tipo, ya podremos imaginar la aceptación que están alcanzando. Al igual que este deporte importamos del país referido a el "beisbol -

(*).- Transculturalización.- Proceso de difusión o de influencia de los rasgos culturales de una sociedad cuando entra en contacto con otra que se encuentra bastante menos evolucionada. Según los define el Diccionario Enciclopédico Larousse. p. 894.

de las grandes ligas", en donde para el agrado de las masas, también se cuenta con un representante nacional, - - (Fernando Valenzuela).

Anexamos a nuestra lista de deportes espectáculo, -- que son transmitidos por la televisión mexicana, al box, - éste se proyecta todos los sábados, cuando se trata de peleas nacionales, por uno de los Canales -de la televisión privada- que tiene mayor alcance.

Otro elemento que viene hacer más grave la situación que se provoca en el público nacional, es el hecho que hemos venido reiterando en el presente trabajo sobre el contenido publicitario (que se transmite durante la proyec--ción de alguno de los deportes-espectáculo, anteriormente señalados) mismo que se encarga de la incitación al consu mismo ya de bebidas alcohólicas, alimentos "chatarra", de servicios etcétera, [lo que seguramente daña aún con ma--mayor gravedad lo que ya de por sí está afectando a nues--tra sociedad], esto agrava aún más la situación económica de los ciudadanos. Esta es la forma en que se han venido proyectando por la televisión mexicana esta clase de es--pectáculos, sin importar se trate de la televisión Privada o la del Estado.

Antes de concluir con este punto, no debemos dejar - de señalar que el Canal Once de televisión, ha venido desarrollando campeonatos en el que participan deportistas de diferentes edades y cuyas competencias sanas son transmitidas por el mismo Canal.

4.5 LA MANIPULACION MASIVA EN LAS EMISIONES TELEVISIVAS, EN SU ASPECTO POLITICO.

La ingerencia de la televisión, en los grupos sociales que integran al país, es muy amplia y cuenta con una fuerza descomunal, toda vez que, penetra ideológica, política, social y económicamente entre otras formas sociales, influyendo significativamente en los gustos e inquietudes del pueblo mexicano.

La televisión, además de introducirse en los aspectos cultural, informativo, recreativo y publicitario, también tiene ingerencia en la vida política del país, integrándose como un factor de poder real.

Así tenemos, que este medio de comunicación y el Poder Ejecutivo en nuestro país integran un poder descomunal, a grado tal que algunos tratadistas se han atrevido a decir que se trata de dos instituciones intocables por los políticos y por los intelectuales.

El Ejecutivo, ha centralizado en sus manos sin freno Constitucional alguno las principales decisiones públicas y, los Canales del consorcio de la Avenida Chapultepec, - haciendo realidad el viejo anhelo de los regimenes autoritarios, controlar ideológicamente a la población. (98)

Se considera que la televisión viene desempeñando el papel que antiguamente era encomendado a la iglesia católica, consiste en que un pequeño grupo siga detentando el poder político y económico.

En las sucesiones presidenciales o para cualquier -- cargo del poder público, se han venido empleando como vía de acceso y apoyo para el éxito, los medios masivos de co municación, sin importar que sea la empresa de televisión pública o la comercial, ya que ambas se usan indistinta-- mente para este fin.

Tal y como lo señaló el periodista Javier Garrido - los Canales nacionales (2, 4 y 5), sus emisoras locales y sus retransmisoras son hoy día, por consiguiente, el órga no de difusión del Estado, como los canales de Imevisión- (7, 13 y 22) lo son del Gobierno.

Televisa ha sido en los últimos decenios el mejor -- sostén de la política oficial presidencialista, no exclu-- sivamente su publicista mejor sino que se trata de un me-- dio insuperable de control ideológico del país, que sino-- es el que oficialmente proclaman los gobernantes si es el que realmente desean; bajo el pretexto de hacerle el jue-- go al poder público y lograr la despolitización de las ma sas distrayéndolas mediante una programación vistosisima, muy bien elaborada, que está por demás señalar que es su-- perflua e intrascendente que provoca que las masas se de-- sentienden de hechos reales y cuyo objeto principal es el infundir admiración hacia el vecino país del norte, como-- si se tratara de un modelo ideal a seguir.⁽⁹⁹⁾

"...los hombres de Azcárraga, han diseñado una programa-- ción que en lo esencial tiene un fin fundamental; la inte-- gración de México a los Estados Unidos."⁽¹⁰⁰⁾

(99).- Luis Javier Garrido. "La Jornada". 17 de abril de 1986.

(100).- Florence Toussaint. Op. Cit. p. 140.

De igual forma, Televisa cumple con la función de llevar a cabo el papel de televisora del Estado, efectuando para tal efecto la más amplia propaganda del partido oficial (Partido Revolucionario Institucional), en época de elecciones es la encargada de poner el toque final para la configuración del fraude total. Por medio de la proyección de programas que se encargan de exaltar el triunfo arrollador en los comicios, de los candidatos -- del partido oficial, alabando exageradamente las cualidades de los "vencedores", ya por su curriculum, actuando en general, como el cómplice de los gobiernos en turno.

"Televisa representa hoy día lo que es la empresa privada para México, habla de pluralismo pero es a nivel doméstico, la verdadera Secretaría de Prensa y Propaganda del (PRI), condena la falta de libertad de expresión en otros países, más la niega en sus propios Canales, -- pregoniza la elevación moral de la población y no hace sino envilecer a ésta. Es en suma un fundamento del sistema y un enorme escollo para la democratización del país: un factor de destrucción de la nacionalidad mexicana y un enemigo interno del propio pueblo de México."(101)

El Estado mexicano ha tenido que pagar todos los servicios que le proporciona el consorcio televisivo privado a precio verdaderamente alto, tal es el caso del Refrendo de Concesiones como las que se otorgaron en enero de 1986, toda vez que, vencían en los meses de julio y septiembre de 1985, las concesiones de los Canales

(101).- Luis Javier Garrido. La Jornada, p. 7, del día 8 de abril de 1986.

2 y 4, de la empresa Televisa, S.A.

Cuando estaban por caducar estos títulos de concesión, se hicieron análisis, advertencias y propuestas por varios sectores de la población, periodistas, intelectuales y representantes de partidos políticos, todas ellas encaminadas a la voluntad de no refrendar las concesiones a los poseedores de las mismas, pero aún con todo esto, el 29 de enero de 1986, en el Diario Oficial de la Federación, se publicó el título de refrendo de las mismas; al respecto, la crítica nacional se expresó de la siguiente manera:

"...la renovación de las concesiones de los Canales 2 y 4 de Televisa no es noticia, es un mero anuncio tardío(*) que dado el estilo y la orientación de los actos de gobierno, no sorprende a nadie. Noticia hubiera sido que las concesiones pasaran a otras manos. (102)

El Diario Oficial de la Federación del 29 de enero de 1986, publicó el refrendo a los Canales 2 y 4, para el objeto de seguir operando sus transmisiones televisivas, firmado por el titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Daniel Díaz Díaz. Al otorgarse este refrendo, se obligó en iguales condiciones del mismo a la empresa propietaria de los Canales, a cumplir con la orientación de ampliar la educación popular, la difusión de la cultura y la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones. De igual forma, se --

(*).- Se mantuvo 6 meses sin informar este refrendo toda vez que venció en 85 y se dió a conocer en 1986.

(102).-Fátima Hernández, La Jornada. 29 de enero de 1986.

obligó a la empresa propietaria de los canales, bajo el marco de la "libertad de elegir su programación" , a - - afirmar el respeto a los principios de la moral social, - la dignidad humana y los vínculos familiares; evitar influencias nocivas o perturbadoras, al desarrollo armónico de la niñez y la juventud y a elevar el nivel de cultura del pueblo, conservando las características nacionales, - las costumbres del país y sus tradiciones. Desde el punto de vista informativo, deberá 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 - sin perturbar el orden y la paz pública. (103)

Si bien es cierto que los referendos de concesión fueron otorgados bajo un sinnúmero de condiciones, no observamos ninguna medida que en realidad sea significativa y benéfica a la sociedad, que implique problemas para los actuales concesionarios. Por lo que toca a la reglamentación tributaria, quedó en las mismas circunstancias con las que operaba anteriormente; nos referimos al pago en especie por medio del 12.5% de la transmisión total diaria para uso del Estado. Aquí observamos que si en realidad existiera una reglamentación tributaria sin favoritismos, el Estado por este concepto podría recaudar una cantidad verdaderamente enorme de recursos lo cual elevaría o al menos contribuiría a incrementar la economía del país.

La influencia política que genera la televisión privada se ha dejado sentir abiertamente y han sido advertidos (103).- Diario Oficial de la Federación, 29 de enero de 1986.

das sus consecuencias por el público; sobre el particular, el periodista Alvaro Cepeda Neri, en su columna periodística publicada en el diario "La Jornada", el día 19 de abril de 1986, señaló la metamorfosis por la que se ha desenvuelto la televisión privada:

"...este grupo ha ido transformándose en un poder cada vez más insolente, desafiante y cuestionador, que manipula con el despotismo de su imagen y su jerga a la población sometida por una programación cada vez más anestesiante pro-estadounidense en lo más decadente de sus manifestaciones y en contra de lo que establece la Ley Federal de Radio y Televisión, verbigracia, combate la propiedad del idioma, las costumbres del país y los valores de la nacionalidad mexicana. Han hecho de la absoluta libertad para programar el Canal concesionado un modo de no actuar la libertad jurídicamente establecida. No es Televisa conforme a lo dispuesto en el convenio de refrendo de la concesión, un medio cultural, sino por el contrario se trata de un medio de control masivo que se mantiene a través de un permanente lavado de cerebro, que llevan a cabo los émulos de Raúl Velasco (los Rocha, los Zabudovsky, etcétera), que le arrebatan facultades al Congreso de la Unión, al cobijo de entrevistas inquisitorias.

"Cada programa que transmite Televisa, es un avance para consolidar una autoridad independiente, autónoma dentro de la Jurisdicción Mexicana; son un poder que ahonda sus raíces no solamente en el monopolio de la televisión, en su cadena periodística y en su red de relaciones políticas; penetran también comercialmente. En el sentido de-

ser un Estado dentro del Estado, para normar la conducta de los televidentes hacia la creación y el mantenimiento de un partido despolitizado que quiere lo que la imagen de Televisa quiere también."(104)

Es necesario tener presente, como los medios de comunicación masiva han contribuido de manera muy eficaz a la despolitización de los mexicanos, o para decirlo con mayor exactitud, para evitar que los ciudadanos de este país se politicen en la dimensión y profundidad necesarios para que, en efecto, sean participantes en las tareas de decisiones comunes.

Hay que hablar de los intereses de las empresas de comunicación, que atizan la naturaleza de sus informaciones y análisis políticos. La generalidad de las empresas dedicadas a la comunicación colectiva operan bajo el criterio de la ganancia, que puede ser económica o política. Algunos de ellos han llegado a convertirse en un Estado dentro del Estado. Tal es el caso del monopolio de televisión mercantil, que se enfrenta, presiona o aplaude al Estado, según cuales sean las tendencias imperantes en el aparato del poder gubernamental. (105)

El poder en México, tiene mecanismos y líneas de continuidad fácilmente identificables, pero tiene también aspectos que escapan a los conceptos que hasta hoy se han utilizado para analizar nuestro sistema político.

(104).- "La Jornada", día 18 de abril de 1986, p. 7.

(105).- Granados Chapa, Op. Cit. p. 97.

Como definir, por ejemplo a una entidad privada que modifica proyectos de ley, que impone decretos, que maneja prácticamente todas las armas del espectáculo de -- masas, que deslumbra y atrae a gobernadores y secretarios de Estado, que decide sobre inversiones de tecnología satelital, que recibe petición gubernamental para publicitar al PRI y cuyas cabezas acuerdan directamente con el - Presidente de la República ¿Qué categoría de análisis da cuenta de este fenómeno de poder? ¿Cómo redistribuirlo -- ahora cuando tiene una trayectoria tan larga como los mecanismos centrales del sistema político mexicano?.

C O N C L U S I O N E S :

PRIMERA.- Cada vez que el Estado, en cumplimiento de su función administrativa, pretenda otorgar una concesión -- con objeto de autorizar a un particular la operación de algún Canal de televisión, debe tomar en cuenta la opinión de los diferentes sectores que integran a la sociedad y especialmente de las instituciones educativas de nivel superior como en el caso de la UNAM, para que hagan estudios y análisis de la empresa que pretenda adquirir concesión para estos fines, para que se cuente con opiniones especializadas que señalen los efectos positivos y negativos que podrían generarse en el país al otorgarse la concesión, supeditándose a su resultado la procedencia de la misma.

SEGUNDA.- El Régimen de Inspección y Vigilancia que se señala en la Ley Federal de Radio y Televisión, para efecto de sancionar e incluso revocar la concesión a aquellos -- que incumplan con alguna disposición, debe ser objeto de reformas, ya que es necesario abreviar el procedimiento contemplado sin que se descuide, claro está, el aspecto Constitucional de garantía de audiencia, el cual proponemos que sea sumarisimo y cuente con gran rigidez, toda vez que actualmente, el mismo es tardado, propiciado por trámites que a nuestro juicio son innecesarios.

TERCERA.- La comisión encargada de efectuar la autorización de los programas que se transmiten por televisión, debe ser más estricta, además debe contar con personal profesional capacitado en sociología, psicología, ciencias de la comunicación, pedagogía, etcétera, independientemente de que no sólo debe limitarse al análisis del contenido del tema sino ir más allá y supervisar la forma en que se trata, para que se prevean los efectos que puedan ocasionarse con su exhibición, dependiendo de ello su autorización para difundirse.

CUARTA.- Sobre las transmisiones en vivo, debe regularse jurídicamente partiendo de los elementos que se aplican a los programas grabados, toda vez que sobre el particular, a la fecha no se ha emitido disposición reglamentaria.

QUINTA.- La función de análisis de las programaciones que se proyecten por televisión, no debe ser facultad exclusiva de las Secretarías de Gobernación, Educación, Comunicaciones y Transportes y Salud; consideramos que debe ampliarse a todas las Secretarías de Estado, además de que se tomen en cuenta las opiniones de los diferentes sectores que integran a la sociedad, sin dejar de recibirse las aportaciones que al respecto otorguen las Intituciones de nivel superior y la de las diferentes asociaciones de profesionistas, para efecto de que los criterios especializados en los efectos sociales, determinen el contenido de la programación que se transmita por televisión.

SEXTA.- La función de la televisión oficial se debe orientar a fines más específicos, en donde además de educar y entretener sanamente, el propósito fundamental sea el de cumplir con la obligación Constitucional que compete al Estado de informar a la sociedad, de acuerdo al artículo 6° de nuestra Constitución Federal.

SEPTIMA.- Que los programas transmitidos por la televisión Estatal, en sus diferentes aspectos, no se concreten en hacer una copia de la televisión comercial, sino que por el contrario, se encaminen a cumplir la función social que por ley deben efectuar.

OCTAVA.- Dentro del marco de libertad de expresión con que cuentan los permisionarios y concesionarios de la televisión mexicana, deben enfocar sus transmisiones al desarrollo de la sociedad, pugnando por lograr que el público receptor reflexione sobre los puntos que se tratan y se complementen con la enseñanza de algunas actividades que propicien el desarrollo de la creatividad manual e intelectual del individuo.

NOVENA.- La programación noticiosa debe ser transmitida en forma impersonal, con objeto de que no se alteren ni tergiversen los hechos, debiéndose partir del respeto a la verdad, por lo que la difusión de las noticias debe ser única y exclusivamente sobre hechos confirmados, ya que si no se dan estas circunstancias, no se debe difundir noticia alguna.

DECIMA.- La programación publicitaria que se transmita -- por televisión, debe apegarse estrictamente a las disposiciones legales existentes, por lo que para lograr tal objetivo, deben crearse normas jurídicas más rigurosas que obliguen a su cumplimiento.

DECIMA PRIMERA.- Debe disminuirse el número de comerciales que se transmiten por televisión de manera intercalada a las proyecciones, reglamentándose de manera más precisa lo que se debe entenderse por "prudente equilibrio", entre el anuncio comercial y la transmisión, para que -- partiendo de ello se establezcan criterios precisos al -- respecto, con lo cual se frene esta práctica inmoderada.

DECIMA SEGUNDA.- Por lo que corresponde al régimen fiscal, la Ley que Establece, Reforma , Adiciona Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos y correspondiente al pago en especie de los que se generan por concepto de las concesiones para operar Canales de televisión, debe derogarse para que en su lugar se preceptúe la obligación en primer término, de que se haga previamente una clasificación de los programas que se transmitan de acuerdo a diferentes categorías y una vez obteniéndose esto último, se establezca un arancel dependiendo de la clase de programa que se transmita, fijándose el más alto para programas de diversión y disminuyendo en su concepto según se trate de programas culturales y educativos.

DECIMA TERCERA.- Las cantidades recaudadas por concepto de impuestos derivados de la operación comercial de Cana-

les de televisión, deberán ser integradas al presupuesto destinado para la televisión del Estado, la cual con estos recursos ya no tendrá necesidad de recurrir a la transmisión de publicidad comercial en sus emisiones.

DECIMA CUARTA.- Dentro de la totalidad de Canales de televisión en nuestro país, estatales y comerciales, el único que cumple con los objetivos que señala la Ley Federal de Radio y Televisión, es el Canal Once del Instituto Politécnico Nacional, ya que las características de su programación se apegan a la reglamentación jurídica que existe sobre la materia; pero en este aspecto, el Estado debe -- implementar mecanismos publicitarios para que las emisiones de esta televisora tengan la aceptación de los otros Canales cuyo contenido es meramente comercial, ya que los programas de esta Canal son vistos por un número muy reducido de la población.

DECIMA QUINTA.- En el aspecto político, la televisión en nuestro país se constituye como el órgano propagandístico del partido en el poder.

DECIMA SEXTA.- Debido a las características de su programación, la televisión comercial ha adquirido paulatinamente un poder manipulador de tal magnitud, que puede afirmarse que se ha convertido en un poder más.

B I B L I O G R A F I A

OBRAS CONSULTADAS.-

- 1.- Andrade Sánchez Eduardo, Santos Azuela Héctor. Carpizo M. Jorge y Otros, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 1985.
- 2.- Biedma Patricio, Marttelart Armand y Fuentes-Santiago, Comunicación Masiva y Revolución Socialista. Diógenes, S.A., México, Cuarta Edición, 1980.
- 3.- Baget José María, Televisión un Arte Nuevo - - Realp, S.A. Madrid, España, 1968.
- 4.- Cabanellas Guillermo. Diccionario de Derecho Usual Heliasta, S.R.L., Buenos Aires, Argentina, 1976, Tomo III, IV y V.
- 5.- Creumoux Raúl, La Legislación Mexicana en Radio y Televisión, UAM, México, 1982.
- 6.- De Pina Rafael, Diccionario de Derecho, Porrúa, México, 1978.
- 7.- Diccionario Enciclopédico Larousse. México, -- 1980.
- 8.- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Madrid, España, 1970.
- 9.- Diccionario de la Lengua Española, Porrúa, México, 1986.

- 10.- Diccionario Manual e Ilustrado de la Lengua -- Española. Espasa Calpe, Madrid, España, 1950.
- 11.- Diccionario Léxico Hispánico, WM Jackson, México, D.F., 1980, Tomo II.
- 12.- Eco Umberto, Apocalípticos e Integrados, Lumen España, - 1965.
- 13.- Enciclopedia Británica.
- 14.- Enciclopedia del Idioma, Aguilar, Madrid, 1958. Tomo III.
- 15.- Florence Toussaint, UNAM (tesis). 1985.
- 16.- Fraga Gabino, Derecho Administrativo, Porrúa, - México, 1984.
- 17.- García Maynez Eduardo, Introducción al Estudio del Derecho, Porrúa, México, 1980.
- 18.- Gómezjara Francisco. "Sociología" Porrúa, México, 1986.
- 19.- Granados Chapa Miguel Angel, "Comunicación y - Política". Océano, México, 1986.
- 20.- Hans Kelsen, La Teoría Pura del Derecho, Editora Nacional, México, 1981.
- 21.- Hans Kelsen, Teoría General del Derecho y del Estado, UNAM. Textos Universitarios, México, - - 1983.

- 22.- Martínez Jesús Manuel, Idiología y Medios de Comunicación. Amurrortu Editores, Buenos Aires, 1974.
- 23.- Mejía Barquera Fernando, Florence Toussaint y Otros. Televisa el Quinto Poder, Claves Latino americanos, México, 1985.
- 24.- Mejía Barquera Fernando, Florence Toussaint y Otros. Televisa el Quinto Poder, Claves Latino americanas, México, 1987.
- 25.- Pierre, Albert y André Jean Tudesq. Historia de la Radio y la Televisión en México, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
- 26.- Sánchez Trejo Jorge, Código de Difusión, UNAM, México, 1965.
- 27.- Wilbur Sharmm, La Ciencia de la Comunicación Humana, Editorial Grijalbo, Traducción de Rogelio Carbal, México, 1982.

REVISTAS, BOLETINES Y PERIODICOS -

- 28.- Boletín emitido por Canal Once. Carta de Programación, Cobertura, Series y Programas. - - - México, Enero, 1987.
- 29.- Boletín emitido por IMEVISION. Sus objetivos y Géneros Respecto a la Ley, México, Mayo, 1985.
- 30.- Diario "El Día" 4 de Noviembre 1981. México, D.F.

LEGISLACION -

- 38.- Código Fiscal de la Federación, Editorial - -
Porrúa, 1987.
- 39.- Código Federal Electoral, Pub. D.O. 12 de - -
Febrero, de 1987.
- 40.- Constitución Política de la República Mexicana,
de 5 de Febrero, de 1857.
- 41.- Constitución Política de los Estados Unidos -
Mexicanos, de 5 de Febrero, de 1917.
- 42.- Constitución Política de los Estados Unidos -
Mexicanos. Vigente. Porrúa, México, 1987.
- 43.- Convenio Internacional de Telecomunicaciones,
Unión Internacional de Comunicaciones, - - -
Ginebra, Suiza, 1959.
- 44.- Decreto que crea la Comisión Consultiva de --
Vías Generales de Comunicación, 17 de julio,-
de 1944. Pub. D.O. 3 de Agosto, del mismo.
- 45.- Decreto que crea la Comisión Consultiva de --
Vías Generales de Comunicación,- 10 de Nov.,-
1940.
- 46.- Decreto Relativo al Establecimiento de Esta-
ciones Radiotelegráficas, del 19 de Octubre,-
1916. Pub. D.O. 31 de Octubre, del mismo año.
- 47.- Ley de Comunicaciones Eléctricas, de 23 de --
Abril, de 1926. Pub. D.O. de 5 de Mayo, de --
1926.
- 48.- Ley de Vías Generales de Comunicación y - - -
Medios de Transportes, de 29 de Agosto, de --
1931,- Pub. D.O. 31 de Agosto, de 1931.

- 49.- Ley de Vías Generales de Comunicación de 29 de Agosto, de 1932. Pub. D.O. 28 Sept., 1932.
- 50.- Ley de Vías Generales de Comunicación, de 30 de Diciembre, 1939. Pub. D.O. 19 de Febrero, 1940.
- 51.- Ley de Vías Generales de Comunicación. Vigente. Porrúa, 1986.
- 52.- Ley de Salud, de 7 de Febrero, de 1984.
- 53.- Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, Porrúa, México, 1987.
- 54.- Ley Federal de Radio y Televisión, del 19 de Enero, de 1960.
- 55.- Ley Federal de Turismo.
- 56.- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. Porrúa, 1986.
- 57.- Ley que Establece, Reforma y Adiciona Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos.
- 58.- Ley Sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacional, de 8 de febrero, de 1984.
- 59.- Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, de 9 de Julio, 1933. Pub. D.O. 10 de Julio, 1963.
- 60.- Reglamento de la Ley Federal de Radio, Televisión y de la Industria Cinematográfica, del 4 de Abril, de 1973.
- 61.- Reglamento de las Estaciones Radiales Eléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, de 23 de Diciembre, 1936. Pub. D.O. 30 Dic., 1936.

- 62.- Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de Estaciones Radiodifusoras Civiles. 21 de Enero, de 1953. Pub. D.O. 5 Oct., - - 1954.
- 63.- Reglamento para la Publicidad de Alimentos, -- Bebidas y Medicamentos, de fecha 19 de Diciem-- bre, de 1974.
- 64.- Reglamento Sobre el Contenido de las Transmi-- siones de Radio Televisión y Cinematografía.