



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ARAGÓN**

**ANALISIS JURÍDICO SOCIAL DE LA
TELEVISIÓN EN MÉXICO COMO
COMUNICADOR SOCIAL**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A:
GRISelda CLEMENTE VÁZQUEZ

ASESOR DE TESIS:
LIC. VIEYRA SALGADO JUAN JOSÉ

MÉXICO

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES POR SUAPOYO Y COMPRESIÓN

A LA E.N.E.P. ARAGON POR DARMER LA OPORTUNIDAD DE FORMARME PROFESIONALMENTE.

A MIS MAESTROS POR LOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DE ELLOS.

A LA LIC. JANNET GANDARA MENDOZA POR SUS PALABRAS DE ALIENTO.

A MI ASESOR EL LIC. JUAN JOSE VIEYRA

A PEDRO POR SU AMISTAD Y AYUDA

I N D I C E

INTRODUCCIÓN	Pag.
CAPÍTULO I. HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	4
1.1 La Comunicación	5
1.1.1 Nociones y Elementos de la Comunicación Social	5
1.1.2 La Comunicación Social en México	22
1.1.3 Efectos de los Medios	25
1.2 Antecedentes Históricos de la Televisión en México	32
1.2.1 Sistema Actual de la Televisión en México	43
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACION LEGAL DE LA TELEVISIÓN	49
2.1 Principales Normas Constitucionales que tienen Relación con la Actividad de la Comunicación en México	50
2.2 Antecedentes Normativos de la Televisión	63
2.2.1 Ley Federal de Radio y Televisión	63
2.3 Disposiciones Legales que tienen Relación con la Actividad Televisiva	67
2.4 Situación Mexicana de dicho Derecho	76
CAPITULO III. ANÁLISIS SOCIAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA	85
3.1 Actuación de la Televisión en México	85
3.2 Como ideología, Manipulación, Dominación, Persuasión, Consumo, Etc.	92
3.3 Violencia en la Televisión	95
3.4 Relación Estado-Telesoras	98
3.5 Política Cultural del Estado	101
3.6 Información y Necesidades Sociales	104
3.7 La Ética en los Medios (Televisión)	105
3.8 Ejercicio de Responsabilidad y Ética	110

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO IV. ANÁLISIS JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO..... 118

4.1 Responsabilidad Social y Jurídica de las Dependencias de la Administración Pública	119
4.1.1 Secretaría de Comunicaciones y Transportes	120
4.1.2 Secretaría de Gobernación	122
4.1.3 Secretaría de Educación Pública	130
4.1.4 Secretaría de Salud	131
4.2 Responsabilidad Administrativa	134
4.2.1 Casos de Procedencia de la Responsabilidad Administrativa	136
4.2.2 Sanción	139
4.3 Propuesta de Reformas a los Artículos 3º, 6º y 7º Constitucionales	143

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

INTRODUCCIÓN

La televisión y su marco jurídico constituyen, sin duda, un asunto que nos concierne a todos, por el impacto que tiene en la sociedad.

A nadie escapa el hecho de que la televisión es el medio de difusión e información de mayor alcance y penetración en los hogares mexicanos, influyendo en la creación y reforzamiento de valores sociales y en la configuración de patrones de conducta, representando una especie de escuela persuasiva y seductora no sólo para niños y adolescentes, sino para la población en general. Por ello es utilizada como un medio de control social, ya que actúa en múltiples formas sobre la sociedad de nuestro tiempo.

Con una legislación de casi 30 años, la televisión en manos de empresarios privados ha rebasado los límites contenedores y reguladores de ésta. La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, evidentemente, se encuentra obsoleta, por el contrario, la televisión avanza a pasos agigantados en la formación de los hombres en cuyas manos está el futuro de la nación.

La falta de instrumentos adecuados y la nula aplicación de los cuerpos normativos vigentes, propician, que la empresa concesionaria de la televisión mexicana cree un estado dentro del Estado, y un imperio de ignorancia hacia la sociedad mexicana.

Por lo expuesto, es primordial una revisión adecuada del marco constitucional y legal en que se desenvuelve la actuación de este medio, sin que se limite la libertad de expresión ni el derecho a la información, con el propósito de hacer

frente al monopolio televisivo y a la responsabilidad social que el mismo tiene. Asimismo, para que realmente cumpla con el objetivo que orienta el otorgamiento de una concesión por parte del Gobierno Federal a particulares y que es la prestación de un servicio público.

Para que la televisión obtenga credibilidad como instrumento de comunicación, se requiere que se abran canales de participación popular y que el Estado vigile adecuada y responsablemente, el contenido programático de las emisoras.

El gobierno a través de la influencia que tiene en este medio, nos ha llevado no sólo a una crisis económica sino básicamente a una crisis de valores, con la transmisión de programas que son una réplica de las costumbres estadounidenses y de la violencia que impera en ese país. Dicha programación encuentra eco, mayoritariamente en la gente de clase media o baja. La que, debido a su ignorancia, es más vulnerable que las personas con conocimientos más amplios. Así la televisión, cuya finalidad primordial es el lucro, muestra al televidente, otros tipos de vida y costumbres, situándolas en un estatus de "modelo nice"; contribuyendo a que la sociedad mexicana no sea más que una copia burda de la vida estadounidense, principalmente.

Por esta razón, es de vital importancia que el Estado intervenga a fin de evitar que los intereses económicos y políticos de las televisoras nos conduzcan, mediante su programación a una enajenación total.

Conforme a lo expuesto, la autora del presente trabajo, se propuso realizar una investigación que por un lado permita conocer la historia de la comunicación enfatizando en la televisión y su sistema actual, así como su fundamentación legal

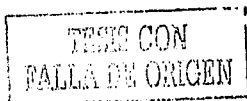
en México y por otro, efectuar un análisis socio-jurídico del medio, con objeto de llegar a conclusiones que permitan proponer una reforma a los artículos tercero, sexto y séptimo constitucionales.

En este orden de ideas, en el capítulo primero se efectúa un estudio de los medios masivos de comunicación, dentro de los que lógicamente se encuentran: la prensa, el cine, la radio y la televisión, este último es de particular interés en el tema de tesis, por lo que se hará especial énfasis en el mismo.

En consideración a que la sociedad tiene derecho a estar informada con veracidad, objetividad y oportunidad, en el segundo capítulo se lleva a cabo un análisis relativo a la fundamentación legal de la televisión en México, tomando en cuenta tanto el derecho a la información, como la reglamentación correspondiente.

Debido a que resulta evidente que la posición de los dueños tanto de Televisa como de TV Azteca, no es precisamente la de contribuir al fortalecimiento de la ideología del pueblo de México, mediante una programación que contribuya al desarrollo de nuestras raíces. En el tercer capítulo se lleva a cabo un análisis social de la televisión en el país.

En el cuarto y último capítulo, se realiza un análisis jurídico de la televisión mexicana, mediante un estudio de la programación transmitida por las dos televisoras, la cual se caracteriza, dicho sea de paso, por atentar contra costumbres, tradiciones y cultura de los mexicanos; por esta razón, la misma, debe ser sancionada social y jurídicamente, para el efecto, se propone una reforma a los artículos tercero, sexto y séptimo constitucionales.



CAPÍTULO I

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

Es inobjetable que la construcción de la imagen del mundo se realiza cada vez más a través de la intervención de los medios de comunicación masiva o *mass media*, debido a que son éstos los que presentan las imágenes a la sociedad. Parece que un sinfín de acontecimientos ya sea sociales, políticos, económicos o culturales, existen en función de los medios, en términos de la poca importancia y trascendencia que tienen, sin la intervención de los mismos; tales acontecimientos, adquieren relevancia sólo en la medida en que son contruidos y difundidos por los medios.

Los medios de comunicación masiva constituyen un elemento fundamental y característico de la sociedad moderna. En términos generales, la expresión se refiere a aquellos instrumentos a través de los cuales la información llega a numerosos grupos sociales. Asimismo, bajo esa denominación se hace referencia a los sistemas dentro de los cuales se producen, seleccionan, transmiten, reciben y responden los mensajes.

A lo largo de su vida, se les ha llamado indistintamente medios masivos de comunicación, medios de comunicación social, medios masivos de información y medios de difusión masiva, entre otras denominaciones. El Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, hace referencia a éstos como los "medios". Los más importantes son: la prensa, el cine, la radio y la televisión. Aunque derivado de la nueva tecnología es conveniente mencionar, adicionalmente "Internet".

TRABAJA CON
FALLA DE ORIGEN

En este orden de ideas, este primer capítulo está destinado a efectuar un estudio sobre la historia de la comunicación.

1.1 LA COMUNICACIÓN

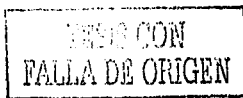
Es difícil iniciar un trabajo sobre comunicación que realmente permita, por un lado seleccionar los "mejores" puntos de vista y que por otro, sea capaz de unificar criterios. Al respecto Denny McQuail acertadamente señala: "Hay muchas formas de comenzar una discusión acerca de la comunicación y obviamente ninguna de ellas es la mejor."¹

Sin embargo, cualquier análisis de los modos en extremo complejos con que los seres humanos se comunican verbal y no verbalmente, debe abordarse e introducirse en el mecanismo de la comunicación, con el fin de indagar la estructura de la interacción humana, en sus elementos constitutivos, y luego, aproximarse al problema del funcionamiento de la comunicación para poner de relieve los aspectos dinámicos de su proceso.

1.1.1 NOCIONES Y ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX dio un fuerte impulso al modo de producción capitalista, creando así un nuevo tipo de sociedad. Esta nueva sociedad se consolidó en la primera parte del siglo XX con el tránsito del régimen de

¹ MCQUAIL, Denny. Comunicación. Longman. EE. UU. 1995. p. 1.

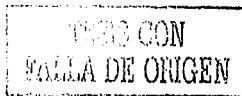


libre concurrencia a los monopolios. Las fuerzas productivas se expandieron y destruyeron antiguos procesos de producción, creando otros nuevos, multiplicando así el comercio internacional. Lo anterior aceleró el proceso de urbanización. En adelante habría mayores posibilidades en lo que se refería a la difusión y renovación de ideas, pero también en cuanto a la educación, capacitación y medios para difundir la información. En el plano internacional, unos países alcanzaron un elevado nivel de desarrollo industrial, en tanto que otros permanecieron al margen de ese desarrollo industrial.

El surgimiento, desarrollo y consolidación de nuevos medios de difusión, como el cine, la radio y más tarde, la televisión, influyeron grandemente en el ánimo de los investigadores de los procesos de comunicación. Especialistas en ciencia política, pedagogía, psicología, sociología, lingüística y arte, empezaron a buscar una explicación a la forma en que el nuevo tipo de comunicación, es decir, colectivo, afectaba a los grandes públicos, lo mismo que a pequeños públicos.² Estos estudios dieron como resultado la formulación de las llamadas Teorías sobre los Efectos de los Medios de Comunicación de Masas, que en esencia son aplicables a la comunicación social, entre las que se puede citar:

Teoría Mecanicista: Formulada antes de 1920, sus autores sostenían que la naturaleza básica de los individuos es, en cierto modo, uniforme. El estímulo actúa siempre en forma automática y le corresponde siempre la misma respuesta. Entre el individuo y los medios de comunicación no se interpone ningún otro elemento. Está basada en la teoría psicológica del instinto

² FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. Información Colectiva y Poder en México. Universidad Iberoamericana, México. 1975, p. 32. (Tesis de Lic. en Comunicación)



Teoría de las Diferencias Individuales: (Psicología): Basada en los postulados de Williams James y John B. Watson, afirma que los efectos de los medios no son uniformes, sino variables, debido a la organización psicológica de los seres humanos; por otra parte la respuesta a los mensajes depende de la estructura psicológica del receptor y las variaciones se deben a la dotación biológica diferenciada de los humanos y su aprendizaje diferenciado³

Teoría de las Categorías Sociales: (Sociología): Basada en los postulados de Emile Durkeim y Auguste Comte, elaborados después por Harold D. Lasswell, sostiene que hay colectividades con conductas más o menos uniformes frente a los estímulos suscitados por los mensajes de los medios de difusión. Pese a su diversidad los miembros de las distintas clases sociales se relacionan con los medios de difusión de manera bastante uniforme. Harold Lasswell intenta resumir esta teoría con la anterior afirmando que para describir adecuadamente el acto comunicativo habría que responder a las siguientes preguntas: ¿Quién? ¿Qué dice? ¿Por qué Canal? ¿A Quién? ¿Con qué efectos?⁴

Teoría de las Relaciones Sociales: (Ciencias Políticas). Algunos investigadores estudiaron el papel de los vínculos grupales que funcionan como un complejo de variables interpuestas, capaces de modificar los efectos de la comunicación, concluyendo que:

³ Ibidem. pp. 32 y ss

⁴ Idem.

- La sociedad es un conjunto de individuos vinculados entre sí;
- En el proceso de comunicación los contactos informales con otras personas desempeñan un papel importante;
- El desplazamiento de la información opera en dos etapas:
 - a) De los medios a personas relativamente bien informadas (líderes de opinión) y
 - b) Estos líderes retransmiten esta información, a través de canales interpersonales, a los demás individuos cuyo contacto con los medios es menor, a este proceso comunicativo se le llama Flujo de Comunicación en Dos Etapas, elaborada por P.F. Lazarsfeld, B. Serelson y Helen Gaudet.⁵

Teoría de las Normas Culturales: (Antropología). Según investigadores como, P.F. Lazarsfeld y Robert K. Merton, si el comportamiento individual se guía por normas culturales, los medios proporcionan al público, a través de la presentación selectiva de los temas, una definición de la situación que puede convertirse en un patrón de conducta y modifican las actitudes de los individuos y de los grupos sociales. Los medios de comunicación, masiva o no masiva, pueden producir los siguientes efectos:

- Reforzar las pautas de conducta existentes;
- Crear nuevas convicciones compartidas;
- Cambiar normas preexistentes

Entre los factores que influyeron en la reafirmación de la necesidad de estudiar científicamente la comunicación es conveniente citar solamente algunos de

⁵ Ibidem. p 38.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

los que considera más importantes, además de la fascinación original que los medios causaron en amplios sectores de las sociedades industrializadas:

- a) La Primera Guerra Mundial que enfrentó de manera inusitada a las naciones imperialistas de la época. Los medios de difusión empezaron a jugar un papel decisivo y promisorio como "persuasores" de los sentimientos individuales y colectivos de la población civil a la que se quería llevar a los frentes de batalla. Es bien sabido que los motivos de la guerra fueron de orden económico, pues por una parte cada país buscaba nuevos mercados o colonias y, por otra parte, detrás de cada entidad política estaban los fuertes monopolios financieros e industriales de los distintos países industrializados. Para convencer a la población civil de la necesidad de participar en la guerra se procedió a organizar y llevar a cabo intensas campañas a través de los medios de difusión valiéndose para ello de las mejores técnicas propagandísticas del momento para exaltar los valores del patriotismo, la patria, el heroísmo: quienes participaran en la guerra no morirían y recibirían el reconocimiento de la patria.⁶

- b) La crisis económica que hizo explosión en el año 1929 y en los siguientes años y que externaba las contradicciones cíclicas del sistema, mismo que para esas fechas ya formaba una totalidad, pues se había universalizado. Esta crisis conoció momentos álgidos en Estados Unidos y Europa, en donde algunos sectores de la clase trabajadora demandaban al gobierno de esos países acciones concretas contra los monopolios que iban ganando terreno bajo el pretexto del principio de la libertad individual. Los

⁶ MARÍN SERRANO, Manuel. Teoría de la Comunicación. UNAM México. 1991. pp 93 y ss.

monopolios, por su parte buscaban por todos los medios los mecanismos adecuados para acortar las distancias existentes entre los ciclos de producción y consumo y los medios podían resolver ese problema.⁷

- c) La crisis político-económica de Alemania que con la llegada al poder, en 1933, del nacionalsocialismo, se decidió en favor de la ideología nazi, que se presentaba como una salida de salvación entre el socialismo de la Unión Soviética, y la democracia burguesa de las naciones no arias de Europa y América.

Sobre este hecho conviene extenderse un poco. Los nazis concedieron una importancia especial a la propaganda como mecanismo de control y de manipulación ideológica-política para obtener el consenso de las masas a favor del proyecto del Tercer Reich. Más aún, la propaganda era concebida por los dirigentes del nacionalismo como arma ideológica y psicológica para combatir al enemigo. Quizás ya antes se había hecho esto, pero no con el grado de organización, sistematización y carácter "científico" que se dio en el contexto de euforia nazi.

Para Joseph Goebbels, responsable del ministerio de propaganda del Tercer Reich, y uno de los "ad lateres" de Adolfo Hitler, la política comunicacional:

- a) Debía destacar lo psicológico sobre lo militar, un comunicador debía planear los acontecimientos y no racionalizarlos;
- b) Debía estar centralizada en un solo organismo para que fuera eficaz.
- c) Debía ser una actividad coordinada minuciosamente de manera que las actividades de las otras entidades relacionadas con la guerra estuvieran

⁷ PIÑUEL RAIGADA, José Luis. El Concepto de Información. Roble. España. 1993, p. 83.

suficientemente informadas sobre las campañas comunicacionales que se realizarían

- d) Debía utilizar al máximo los medios disponibles, tanto en los países ocupados como en los neutrales.⁸

La eficacia y tales técnicas propagandísticas preocuparon grandemente a los aliados, quienes se interesaron en el estudio de la comunicación enemiga con el fin de contrarrestarla. La lección fue pronto aprendida, sobre todo en Estados Unidos en donde el Estado y las empresas invirtieron grandes sumas de dinero por este concepto. Después de la guerra se retomaron las técnicas de los nazis y se adecuaron a la nueva situación en la que Estados Unidos se perfilaba como el país rector en la política y en la economía, a nivel mundial: nuevos mitos y nuevos símbolos que lo expresaran. Todo fue capitalizado por los monopolios que, amalgamados por el Estado, reconocieron en estas nuevas técnicas la posibilidad de incrementar el consumo mercantil, a través del manejo institucional de la información, a partir de esa época: "la empresa es como una familia y es de todos los empleados".

Estos estudios abrieron el camino a grandes investigaciones y a la fundación de instituciones especializadas en la materia: el Institute for Motivational Research Inc. de Ernest Dichter y el Color Research Institute of America de Louis Cheskin. Con esto surgió la ciencia del análisis o investigación motivacional (I.M.) en 1950, aun cuando haya sido iniciada propiamente en 1930. De esa manera se obviaba el camino a la manipulación política e ideológica y a la persuasión de los grandes públicos.

⁸ *Ibidem.* p. 45.

En este periodo, pues, las investigaciones de los europeos tenían una intención distinta a la de los estadounidenses, porque en el caso de estos últimos se interponían otros intereses que los puramente académicos o científicos ya que habiéndose convertido Estados Unidos en la gran potencia, "las influencias de los medios masivos sobre los grandes públicos van a estar condicionados por las necesidades de equilibrio y funcionamiento del sistema en su conjunto. La finalidad inminente de la ciencia, que es obviamente conocer, se verá duramente restringida por la finalidad externa que las condiciones históricas, sociales y políticas del momento le imponen: orientar la evolución social dentro de los marcos de equilibrio que el sistema puede soportar".⁹

Detrás de esa tendencia estaba la carga ideológica con la que venían marcadas las investigaciones y que la investigadora italiana Evelina Tarroni presenta de la siguiente manera: "Se podría resumir en pocas palabras la diferencia principal entre los estudios europeos sobre las comunicaciones de masas y los norteamericanos, por lo menos hasta los años sesenta, observando que los primeros nacieron espontáneamente en las universidades, en los institutos de psicología y pedagogía y en ambientes culturales y artísticos, en tanto que los otros fueron reglamentados y financiados, con el tiempo, por las grandes industrias, por el gobierno federal y por las fuerzas armadas, sucesivamente. Los primeros tendían a revelar la naturaleza y las posibilidades estéticas de las nuevas técnicas de comunicación y los segundos se proponían, sobre todo, estudiar la manera de dar una eficiencia cada vez mayor al instrumento radiofónico, cinematográfico o televisivo para los fines de quien, de vez en cuando, lo regenteaba".¹⁰

⁹ VILLAGRÁN, Carlos. Critica Epistemologica a la Ciencia de la Comunicación. UNAM. México. 1992. p.11.

¹⁰ TARRONI, Evelina. Comunicación de Masas. Perspectivas y Métodos. Gilli. España. 1998. pp. 9-10.

La importancia conferida a los estudios sobre comunicación se extendieron pronto de Europa y Estados Unidos a los espacios periféricos: América Latina, África y Asia. Surgieron, en el caso de América Latina, los institutos, centros de investigación, escuelas, facultades y agencias vinculadas a la comunicación. Los países de origen de la naciente ciencia empezaron a explotar a esos espacios periféricos sus métodos, técnicas, teorías, bibliografía y aun la terminología propia de la nueva disciplina.

Esa transferencia de Conocimientos de Estados Unidos a América Latina, en materia de comunicación, se intensificó a partir del decenio de 1960.

Respecto a los elementos de la comunicación los investigadores ofrecen, por lo menos, tres significados para la palabra canal. No obstante, sólo se dirá que un canal es un medio, un portador de mensajes, o bien un conducto. Los mensajes sólo pueden existir en algunos canales, sin embargo, la elección de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.

Otro elemento de la teoría de información es el ruido. En toda emisión de mensajes hay una cantidad de energía que se pierde en el camino (entropía), que en cierta medida distorsiona la calidad de una señal, la finalidad de un mensaje. El concepto de ruido no se refiere simplemente a un problema acústico sino a cualquier interferencia. Un chicharreo en un radio es un ruido, pero la página mal impresa también es ruido, así como una imagen borrosa de televisión o una deficiente fotografía en una película.

"Por retroalimentación, se entiende la información que proviene, en retroceso, del receptor al transmisor, y le indica a este como se desarrolla un mensaje... hay una gran cantidad de retroalimentación en la comunicación personal; muy poca en comunicación de medios de masas".¹¹

El investigador venezolano Antonio Pasquali, establece una diferencia fundamental entre "información y "comunicación"¹². Para él, comunicación es una relación simétrica en la que un transmisor-receptor, se relaciona, a través de un saber en común con otro transmisor-receptor. Dos personas que platican, son receptores-trasmisores ambos y ambos se comportan como tales, recibiendo y transmitiendo mensajes. Esta relación de comunicación puede ser directa o a través de aparatos mecánicos (teléfonos, cartas, señales de humo, etc.) Para que se establezca dicha relación, es menester un saber en común. Es difícil que converse un mexicano con un japonés si ambos sólo saben sus lenguas maternas: no tienen un saber en común. Lo mismo sucede en una conversación sobre física entre un físico nuclear y un campesino.

Para Pasquali, los únicos seres capaces de comunicación o de relación comunicante son los seres racionales autónomos, es el hombre, en la medida de que es ser racional y autónomo. Así, una persona en estado normal y otra en trance hipnótico no se comunican porque la que está en trance hipnótico no es autónoma, sólo ejecuta órdenes del hipnotizador. El sargento no se comunica con los soldados al darles una orden. Él es simplemente un transmisor; los soldados son simples receptores.

¹¹ SCHRAM, Wilbur. Investigación de Comunicación Humana. Roble. México. 1975. p.22.

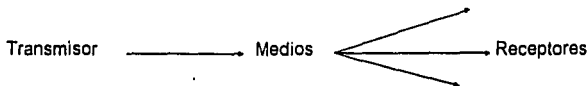
¹² PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Avila. Venezuela. 1972. p.52.

La relación en la comunicación se produce cuando ambos al mismo tiempo se comportan como transmisores-receptores y tienen un saber en común. Ahí entonces se produce el "diálogo" (día = a través, logos = discurso, saber, estudio, conocimiento). Dialogar es comunicarse a través de un logos, un saber común; es forma autónoma, siendo ambos polos transmisores y receptores al mismo tiempo.

Toda relación con mensajes que no cumplan con los requisitos anteriores no es relación de comunicación. La relación entre un aparato de TV, por ejemplo y una persona que ve y escucha, no es relación de comunicación, porque el televidente sólo se comporta como receptor y el aparato sólo se comporta como transmisor. La relación entre un aparato de TV y un televidente es una relación de información, similar al esquema cibernético de información.

Por lo tanto sería un error llamar medios masivos o colectivos de comunicación a la prensa, radio, el cine y la televisión, en circunstancias que la relación no es comunicativa (ambos no son al mismo tiempo y no se comportan como receptores-transmisores). Es interesante señalar que se puede decir simplemente *mass media* (medios masivos).

Esquema de Información. Figura No. 1¹³



¹³ BERLO, David K. El Proceso de la Comunicación. El Ateneo. México. 1982. p. 132.

En los medios de información, generalmente el receptor es un receptor masificado. El mensaje de una propaganda comercial, por ejemplo, está hecho de tal manera que lo entiendan todos, que sea comprensible para las masas, para el hombre medio. No va dirigido ni a los muy inteligentes o cultos ni a los muy incultos o incapacitados. Por ello se puede decir que el receptor está masificado.

Por otra parte, el transmisor, se transforma en un transmisor institucionalizado, porque solamente las instituciones tienen el poder económico para poseer medios masivos. Estas instituciones pueden ser: los gobiernos, la iniciativa privada, las iglesias, los clubes deportivos, los partidos políticos, los grupos de presión. Sólo una institución como las nombradas tiene el dinero suficiente como para contratar especialistas (periodistas, técnicos, dibujantes, iluminadores, fotógrafos, etc.) y producir tanto un filme como una revista o un programa de televisión. Por este hecho también, algunos investigadores como el francés Edgard Morin hablan de una "Industria Cultural", una industria de la información masiva.¹⁴ El tema de tesis impide profundizar sobre estos aspectos.

En abundancia sobre lo anterior debe señalarse que el interés por la comunicación ha originado muchos intentos tendientes a desarrollar modelos del proceso; por supuesto que tales modelos difieren. Ninguno ha podido calificarse de "exacto".

"Aristóteles dijo que tenemos considerar tres componentes en la comunicación; el orador, el discurso y el auditorio"¹⁵. Es decir, que cada uno de estos

¹⁴ MORIN, Edgard. La Industria de la Información. Gilli. España. 1997, pp. 25 y ss.

¹⁵ BERLO, David K.; Ob. Cit p.41.

elementos es necesario para la comunicación y que se puede organizar un estudio del proceso de acuerdo con tres variables:

- La persona que habla
- El discurso que pronuncia
- La persona que escucha

La mayoría de los modelos de comunicación son similares al de Aristóteles, aún cuando en cierta forma más complejos.¹⁶ Por ejemplo, en el caso de este trabajo de tesis, la terminología empleada es de orden funcionalista.

Se puede decir que la comunicación humana tiene alguna fuente, esto es, alguna persona o grupo de personas con una finalidad y una razón para ponerse en comunicación. Una vez establecida la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente debe ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como una conducta física, esto es, traducción de ideas, propósitos e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

Para que los propósitos de la fuente sean traducidos en código, se requiere de un tercer componente que es el codificador. El codificador es el encargado de tomar las ideas de la "fuente" y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje. En la comunicación de persona a persona la función de codificar es representada a través de la capacidad motora de la

¹⁶ El enfoque conceptual determina cómo es visto el proceso de comunicación, en este contexto es enmarcado y por lo tanto, el lenguaje empleado en la descripción y diseño del modelo.

"fuente"; mecanismos vocales (que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales); los sistemas musculares de la mano (que dan lugar a la escritura, los dibujos); los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo (que originan los gestos de la cara, ademanes, posturas, etc.).

Como se citara, un canal es un medio, un portador de mensajes, o bien un conducto. Los mensajes sólo pueden existir en algunos canales, sin embargo, la elección de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.

Para que la comunicación se dé, debe existir alguien en el otro extremo del canal. Cuando se habla es necesario que alguien escuche, lo mismo sucede cuando se escribe, se escribe para alguien que lea. La persona o personas situadas en el otro extremo del canal, se llaman receptores.

Ahora bien, así como la fuente necesita un codificador para traducir sus propósitos en mensajes, para expresar el propósito en un código, el receptor requiere un decodificador para traducir, decodificar el mensaje y darle la forma que sea utilizable por el receptor. En la comunicación entre dos personas los sentidos son considerados como el sistema codificador y decodificador de códigos.

Ricci Bitti considera que la comunicación: "... es el proceso que consiste en transmitir y hacer circular informaciones; o sea, un conjunto de datos, todos o en parte desconocidos por el receptor antes del acto de la comunicación".¹⁷

¹⁷ RICCI BITTI, Pio E. et al. La Comunicación como Proceso Social. Grijalbo. México. 1990. p.25.

Charles R. Wright menciona que "... comunicación es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental en cuanto a que toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundamentada en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus invenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia de persona a persona".¹⁸

Opina el mismo Wright que la comunicación es vital porque la posibilidad de comunicación con otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo que su ausencia es, generalmente, una forma seria de trastorno patológico de la personalidad.

La comunicación como práctica social ha estado siempre indisolublemente unida a la continuidad del hombre. Las relaciones de la familia, de la pareja, de las organizaciones sociales, de los países, etc. tienen como condición previa, para su buena marcha, la comunicación. En cambio, el estudio del fenómeno comunicativo, de su sentido real y de sus implicaciones individuales y sociales, es de fecha relativamente reciente. Esto último explica, en buena medida, que en las universidades se haya introducido el estudio de la comunicación. En las empresas se imparten cursos de capacitación sobre comunicación al personal. Los organismos públicos realizan, con frecuencia, actividades tendientes a mejorar la comunicación entre el público y los empleados. La institución eclesiástica busca renovar sus formas de comunicación con sus feligreses. Los organismos internacionales llevan a cabo encuentros, convenciones y sesiones de trabajo para establecer mecanismos

¹⁸ WRIGHT, Charles. Comunicación de Masas. Bruguera. España. 1986. p.78.

adecuados que permitan evitar malos entendidos entre ellos y aún para proceder con mayor justicia en su trato mutuo.

Por todo esto se dice que la comunicación es algo estrechamente ligado a la cotidianidad, trátase del individuo, del grupo pequeño o de la gran colectividad. Así el individuo debe estar capacitado para comunicarse consigo mismo y con sus semejantes, lo mismo puede decirse de los grupos educativos, sindicales, políticos y religiosos, sean estos nacionales o supranacionales. Lograrán la comunicación en la medida en que valiéndose de los canales adecuados, sepan emplear la coherencia entre lo que piensan y las palabras, los gestos, las acciones u omisiones; es decir, cualquier sistema de signos, con los que quieran expresar ese pensamiento. Es aquí donde el asunto de la comunicación empieza a dificultarse y de ahí la necesidad de su estudio.

El hombre no puede explicarse sin la comunicación, pero tampoco ésta puede entenderse sin aquél y tal vez por ello el hombre intenta explicar este fenómeno. De cualquier manera, podemos afirmar que en la base de la comunicación está siempre el hombre. Pero, ¿qué tipo de hombre?

El hombre concreto que se expresa en una serie de conductas gracias a su razón, sentimientos y emociones.

El hombre como ente gregario y social, es decir, que no vive aislado sino en sociedad.

El hombre como ser histórico, e históricamente condicionado, que piensa y se anticipa a los acontecimientos, haciendo así una historia colectiva, y que mediante su acción inteligente modifica su entorno y, al mismo tiempo, es modificado por él.

Por el hecho de que el hombre piensa y hace historia, supera el papel de simple animalidad, para vivir en sociedad, dándole a este hecho un sentido determinado, requiere de la comunicación como una *conditio sine qua non* de su existencia humana. Esta es la razón por la que los filósofos griegos, Aristóteles entre ellos, definían al hombre como *zoon lógon éjon*, animal racional que tiene palabra. Por ello también, a diferencia de los animales inferiores en la escala, el hombre tiene un modo específico, particular, de acercarse a las cosas que le rodean: Su capacidad de simbolizar, es decir, de expresar mediante signos cosas materiales, los objetos, la realidad. Los lenguajes a través de los cuales se comunica el hombre pertenecen siempre a algún tipo de signos y de ahí la importancia de éstos como instrumentos de comunicación.

Lo anteriormente dicho lleva a pensar como Felipe Pardinas que "... la posibilidad de comunicación a través del lenguaje fue indudablemente uno de los factores que contribuyeron a la evolución del hombre, y aun los antropólogos que han estudiado más recientemente la evolución del ser humano o, como se dijo recientemente, el modo como el hombre llegó a ser hombre, están de acuerdo en dar a este instrumento de comunicación un valor especial en la explicación de la evolución colectiva de los seres humanos. Podemos especular que la comunicación, lejos de haber agotado las posibilidades de selección evolutiva de la especie humana, está dando apenas los primeros pasos. Quizá en el desarrollo de la

comunicación aquella encuentre uno de los desarrollos más decisivos para reenfocar su historia y su progreso hacia el porvenir".¹⁹

El hecho mismo de la comunicación es una actividad muy antigua, aun cuando ciertas técnicas y métodos de estudio de la misma sean de origen relativamente reciente. A pesar de esto, ya algunos autores de la antigüedad habían abordado, aunque fuera en forma embrionaria e implícita, el estudio de la comunicación. Su estudio sistemático y científico empezó, sin embargo, a finales del siglo pasado y principios del presente. Se inicia antes de los años 20, se intensifica en los 30 y se consolida definitivamente a partir del decenio de los 50, de acuerdo con Manuel Martín Serrano²⁰

1.1.2 LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN MÉXICO

Una de las características fundamentales de los medios masivos de comunicación es que los destinatarios de sus mensajes constituyen una masa; ellos llevan a reseñar algunas concepciones teóricas sobre la sociedad de masas, concepto desarrollado dentro del campo de la sociología.

"...la masa está integrada por miembros heterogéneos, incluyendo personas que viven en condiciones muy diferentes y en culturas muy variadas, provenientes de diversos estratos sociales, con distintas ocupaciones y por tanto con intereses, modos de vida, niveles de prestigio, de poder e influencia que difieren entre sí."²¹

¹⁹ PARDINAS, Felipe. Manual de Comunicación Social. Edicol. México. 1978. p.356.

²⁰ SERRANO, Manuel M. Teoría de la Comunicación. UNAM. México. 1991. pp. 93 y ss.

²¹ GARCÍA SILBERMAN, Sarah y Luciana Ramos Lira. Medios de Comunicación y Violencia. FCE. México. 1998. p. 77.

De Fleur plantea que lo que caracteriza a la sociedad de masas es la relación que existe entre los miembros individuales y el orden social que los rodea. Se supone que en dicha sociedad el individuo vive en una situación de aislamiento psicológico con respecto a los demás, que está relativamente libre de las exigencias inherentes a las obligaciones sociales y que, en su interacción con sus iguales, prevalece la impersonalidad.²²

Los medios de comunicación masiva reflejan a la sociedad de manera selectiva y desarrollan estereotipos de personas, situaciones y manera de relacionarse, que determinan las creencias y opiniones acerca de ella. En cualquier sociedad moderna compleja existen grandes posibilidades de manipulación y control, puesto que la comprensión de problemas ideológicos o acontecimientos mundiales importantes, excede la capacidad de la mayor parte de los individuos.

Conforme a lo expuesto en el párrafo anterior, en México, como en casi todos los países de Latinoamérica, los medios masivos de comunicación contribuyen a crear una ignorancia psicológica, es decir, una condición en la cual precisamente a través de ellos, se otorga al individuo una identidad construida conforme a sus aspiraciones, junto con las técnicas para satisfacer estas últimas; pero también, tienen la capacidad para construir las necesarias adaptaciones para el fracaso.

La televisión, llega a una gran cantidad de personas, que pueden estar a considerable distancia del centro donde se generan y transmiten los mensajes, produciendo una relación impersonal entre ésta y el auditorio. Este último representa una colectividad que se caracteriza por ser un grupo de individuos unidos por algún

²² FLEUR, M.L. de. Teorías de la Comunicación Masiva. Piados. Argentina. 1990. p. 104.

interés común, que suelen adoptar formas similares de comportamiento.

Estudiosos de los medios de comunicación han señalado que tales grupos son actualmente el factor más importante de cohesión colectiva en una sociedad y permiten que pueda hablarse de una masa dispersa físicamente, aunque no psicológicamente.²³

Por sus características inherentes y por las propias de la sociedad de masas, los medios masivos adquieren un poder y una autoridad tales, que les permiten ejercer un importante grado de control sobre las fuentes de información y sobre la opinión pública. De esta manera, tienden a constituir, en sí mismos, un campo institucional con estructura, normas, jerarquía y controles propios. Los medios masivos, por su capacidad para establecer un contacto directo con los individuos, han provocado que las instituciones de poder deban y requieran adaptarse a ellos para utilizarlos, ya que están en capacidad de transmitir mensajes directos a individuos de todas las edades y condiciones, sin intervención de los filtros que previamente constituían la iglesia, la escuela o la familia.²⁴

Diversas instituciones sociales que inicialmente rechazaban a los medios, se han dado cuenta de la necesidad de aliarse con ellos y de controlarlos o utilizarlos. En este sentido, las que no lo han hecho han sido desplazadas

Al convertirse la televisión en uno de los instrumentos de influencia social más poderosos, se han desarrollado diversos mecanismos formales e informales para

²³ GARCÍA SILVERMAN, Sarah, et al; Ob. Cit. p. 79

²⁴ MCQUAIL, Daniel. Ob. Cit. p. 132.

controlar a quienes a su vez los controlan, a fin de asegurar que no sólo la televisión, sino todos los medios, actúen como factores de control que refuercen las pautas culturales e institucionales dominantes. Lamentablemente esto no ha sido posible, cuando menos no en nuestro país, en el que conforme aumenta la penetración de la televisión, se acentúa la tendencia a la uniformidad social, derivada de la difusión de una imagen homogénea de la realidad.

A partir de la concepción general de masa social como referente, se enumera de la siguiente manera las características fundamentales de los medios masivos de comunicación:

Así, la televisión en México, está dirigida a un auditorio numeroso al cual influye en forma determinante; en virtud de que cuenta con las instituciones y las técnicas mediante las cuales, grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos, a partir de los cuales, es posible alcanzar sus propósitos. Esto es, transformar la ideología del auditorio, para adaptarla a sus intereses particulares, entre los cuales se encuentran prioritariamente, el manejo evidente de la información relativa a aspectos tan importantes para los mexicanos como son: la política, la economía y la cultura, entre otros.

1.1.3 EFECTOS DE LOS MEDIOS

El impacto de los medios en la audiencia es un tema que se presta a la discusión constante, no sólo entre investigadores, sino también entre los productores de los mismos, así como educadores y padres de familia entre otros y bajo una visión más amplia entre los profesionales del derecho.

Una de las razones por la que la polémica sobre el particular sigue siendo tema de actualidad, se debe a que el "modelo de efectos" que ha orientado muchas de las investigaciones sobre el impacto de los medios de comunicación en general, no ha arrojado resultados explicativos que permitan el entendimiento respecto a su influencia real que tienen en las sociedades.

Los efectos que ejercen los medios de comunicación masiva sobre el auditorio constituyen uno de los fenómenos más investigados, sobre todo en el campo de la psicología social. Sin embargo, los resultados obtenidos han sido muy diversos, según el enfoque teórico seguido, la metodología utilizada y los objetivos perseguidos, incluso, han llegado ser contradictorios. Como es obvio, existe una relación de dependencia entre el desarrollo teórico y las formulaciones específicas surgidas de la investigación de los efectos de la comunicación masiva.

Los efectos de los medios y particularmente de la televisión se han estudiado sobre todo en públicos infantiles. Para ello se han utilizado todos los métodos disponibles en el marco de diversos enfoques teóricos. En una etapa inicial se realizaron investigaciones de campo en torno a las preferencias televisivas; posteriormente se desarrollaron experimentos de laboratorio y más adelante estudios cuasi experimentales en ambientes naturales. Más recientemente se hizo énfasis en los abordajes de tipo cualitativo, utilizando la metodología observacional, a fin de relacionar los contenidos de la televisión con las actitudes, los comentarios, los gestos y las posturas físicas de los niños mientras están frente a la pantalla. Otros estudios se han enfocado al análisis de la percepción, la comprensión y el aprendizaje de lo observado en la televisión en relación con los estímulos visio-auditivos. En todos estos enfoques y metodologías se ha conservado un mismo foco

central de interés: *conocer qué tipo de efectos ejercen los mensajes en el público y en qué áreas se presentan.*²⁵

Así como existe acuerdo en que los medios ejercen una influencia sobre sus receptores, hay una amplia variedad de enfoques teóricos que pretenden explicar las características de tales influencias y el tipo de efectos que producen. El estudio de los medios de comunicación, y particularmente de los efectos o influencia que ejercen sobre el público, se empezó a desarrollar con mayor amplitud a partir del surgimiento de la televisión al convertirse ésta, al poco tiempo de su aparición, en el medio de comunicación de mayor alcance y penetración. Después de los años setenta, cuando la televisión empezó a ocupar un papel preponderante en los hogares, la inquietud se trasladó a ella, especialmente en términos de los efectos que podría tener sobre los niños.

Cuando se inició la televisión, se tenían muchos temores acerca de sus efectos, los optimistas aseguraban que sería de gran utilidad en la educación de los niños y que daría al proceso de aprendizaje un carácter de diversión más que de trabajo; no obstante, grupos más realistas se preocupaban por la forma en que la televisión los dañaría, alejándolos de otras actividades típicas de su edad, además, de la influencia que este medio podría tener en los pequeños por la violencia que muestra en casi todos los programas infantiles.

El debate sobre el impacto de la televisión generó una creciente polémica relacionada tanto con sus efectos negativos como los positivos, sí es que los hay. A este respecto Fausto Castañeda señala: Lógicamente hubo grupos que afirmaban

²⁵ GARCÍA SILBERMA, Samh. et al. Ob. Cit. p. 89.

que los efectos nocivos eran tan graves o tan leves como los ocasionados a la audiencia por cualquier otro medio de comunicación (prensa y radio), no obstante, la contraparte argumentaba diversos razonamientos, válidos por cierto, tales, como que:

- a) La prensa y la radio de ninguna manera pueden tener el mismo efecto en la audiencia, puesto que están muy lejos de alcanzar el grado de penetración que tiene la televisión.
- b) En el 60% de los hogares existe un aparato de televisión y en el 40% restante hay dos o más.
- c) Un alto porcentaje de adultos no escucha radio, particularmente si se considera que las primeras horas del día se encuentran en sus lugares de trabajo. Independientemente de que un 70% de la audiencia televisiva, carece de los elementos culturales para informarse a través de la prensa.
- d) Los menores, tienen la formación que han recibido de sus padres, consecuentemente, hablar de otros medios de comunicación que no sea la televisión resulta absurdo.²⁶

Aun cuando en las últimas dos décadas se han desarrollado, innumerables estudios e investigaciones la discusión continúa sin consenso. El único punto de acuerdo generalizado es que los medios sí ejercen un impacto sobre el auditorio. A excepción de esto, prevalecen los desacuerdos relacionados con el tipo de efectos generados y de su proceso.

En la actualidad muchos investigadores de la comunicación consideran que el estudio de los efectos de los medios es anacrónico. Sin embargo, sigue siendo una perspectiva popular, sobre todo entre educadores y padres de familia que buscan

²⁶ CASTAÑEDA CORREA. Fausto. Los efectos nocivos de la televisión en la sociedad. FCE. México. 1999, pp. 65 y ss.

saber en qué forma impactan y afectan los medios a las generaciones jóvenes.

A partir del desarrollo y de la amplia difusión y aceptación de los medios, surgió una tendencia a responsabilizarlos de cinco tipos de efectos negativos:

- Reducir el nivel de los gustos culturales de la audiencia.
- Aumentar la tasa de delincuencia.
- Contribuir a un deterioro moral general.
- Inducir a las masas a la superficialidad.
- Suprimir la creatividad.

Al mismo tiempo, sus defensores sostuvieron, a favor de sus bondades, los siguientes argumentos:

- Acercan por primera vez a millones de individuos a la cultura.
- Proporcionan un inofensivo entretenimiento diario.
- Informan con oportunidad de acontecimientos relevantes ocurridos en el mundo.
- Pueden sufrir efectos catárticos que permiten eliminar tensiones dañinas.

La investigación de los efectos que producen los medios de comunicación en la sociedad se ha desarrollado ampliamente bajo las premisas de la corriente funcionalista. El interés en el estudio de los medios de comunicación y su influencia adquirió auge en Estados Unidos a partir de los años cincuenta. Dicho interés se originó básicamente en los supuestos efectos de la televisión en términos de su capacidad para persuadir, motivar, manipular, reforzar o modificar opiniones, actitudes y conductas, fomentar la frustración o la evasión, y desensibilizar al auditorio.

Una de las principales ventajas de la gran cantidad de investigaciones desarrolladas dentro de la línea funcionalista fue la aportación de importantes datos cuantitativos en torno a la audiencia de los medios masivos. La posibilidad de ocurrencia de este tipo de efectos se abordó bajo el marco de las principales teorías desarrolladas por los psicólogos sociales.

A partir de los diversos enfoques teóricos, se propone una serie de efectos específicos que se pueden manifestar a través de la recepción de mensajes durante los procesos de comunicación masiva. Los efectos de los medios sobre el auditorio se han clasificado en diversos niveles.

1. *Por el área en el que se manifiestan.*

Psicológicos

- Cognoscitivos (adquisición de conocimientos, creencias o valores)
- Afectivos (generación de miedo, modificación de actitudes, desensibilización)
- Conductuales (activación o desactivación de determinados comportamientos)

Sociales

- Sociológicos (ideologización, masificación alineación)
- Culturales (aculturación)
- Políticos
- Económicos

2. *Por su temporalidad*

- A corto plazo o inmediatos
- A largo plazo o mediatos

3. *Por el tamaño del auditorio*

- Individuales (pueden ser intraindividuales o interindividuales)
- Grupales
- Sociales

4. *Por la forma en que se presentan*

- Latentes u ocultos
- Aparentes o manifiestos

5. *Por su intencionalidad*

- Previstos (cuando corresponden a los propósitos del emisor de un mensaje, por ejemplo; motivar la compra de un producto)
- Imprevistos²⁷

No obstante, todos estos argumentos, lo cierto es que los efectos de los medios de comunicación respecto a la audiencia, continúan siendo tema de discusión. Sin embargo, entre los efectos que con más frecuencia se han atribuido a los medios de comunicación masiva, se encuentran los siguientes:

- Imitación
- Identificación
- Persuasión
- Motivación
- Manipulación
- Activación
- Catarsis
- Evasión

²⁷ GARCÍA SILBERMAN, Sarah, et al. *Ob. Cit.* pp 123-127.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Efecto narcotizante
- Desensibilización

Se ha dicho que la observación de modelos en los medios puede provocar imitación directa de los personajes por acciones observados. Con fundamento en la psicología cognoscitivo-conductual, se supone que ciertos modelos o comportamientos presentados básicamente en televisión se aprenden y almacenan en la memoria del televidente para uso futuro.

1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La historia de la televisión en México puede dividirse en tres etapas, perfectamente delimitadas: 1950-1970, 1970-1990 y el actual.

La televisión 1950 -1970.- En México, el surgimiento de la televisión coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país con Estados Unidos. En el ámbito de la industria de radio y televisión las repercusiones son inmediatas, tanto en lo que se vincula con la infraestructura televisiva, como en el sostenimiento cotidiano de la industria misma, es decir, en los anuncios de las corporaciones.

Esta situación permite que el emporio Azcárraga se solidifique y adquiera ventaja en el tramo televisivo.

A mediados de los treinta el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena inició sus primeros experimentos con la televisión. El 19 de agosto de 1940 patentó en México un adaptador cromoscópico para los televisores. Poco después, revistas técnicas estadounidenses adjudicaron este invento de la televisión a color a un norteamericano. No obstante, con el apoyo financiero de Emilio Azcárraga, González Camarena logró finalmente conservar su derecho a la patente internacional.²⁸

Antes de que se otorgara la primera concesión de televisión, el presidente Miguel Alemán le encargó en 1947 a una comisión, a la que pertenecían González Camarena y el escritor Salvador Novo, que enjuiciara de manera crítica los sistemas televisivos establecidos en la Gran Bretaña y en los Estados Unidos.

En el mismo año, la familia O'Farrill comenzó a construir su imperio bajo la protección de Miguel Alemán al fundar la radioemisora XEX. Un año más tarde asumió la editorial Herrerías con el diario Novedades. Rómulo O'Farrill Sr. obtuvo en 1950 la primera concesión televisiva en México para el canal 4 (XHTV-TV). Azcárraga, quien también había solicitado una concesión, la obtuvo medio año más tarde, en marzo de 1951, para el canal 2 (XEW-TV). Su protegido, el técnico inventor González Camarena, instaló en mayo de 1952 el canal 5 (XHGC-TV). Ya en 1954 el canal 2 y el canal 5 realizaron transmisiones simultáneas y se fusionaron. Un año más tarde se les unió el canal 4, y crearon juntos la cadena Telesistema Mexicano, creándose, en esta forma un monopolio absoluto del medio. Esta situación permitió fundar en el mismo año la sociedad llamada Tele-Programas de México (TPM) para

²⁸ BOHMAN, Kann. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Alianza. México. 1998, p. 95 y ss

realizar exportaciones de programas a países hispanohablantes. Poco después de su fundación, Telesistema comenzó a afiliar canales de provincia.

No fue sino hasta diciembre de 1958, cuando la televisión comercial ya se había establecido con fuerza, que el Instituto Politécnico Nacional (IPN) fundó el canal 11. Sirvió a la difusión de programas de estudios del IPN y tenía además por objeto transmitir programas educativos de elevado nivel cultural. El bajo presupuesto y el reducido alcance impidieron por mucho tiempo que este canal se convirtiera en una alternativa frente a la televisión comercial. La primera estación de televisión cultural y educativa de América Latina (así se definía en su propia propaganda) llevó una vida opaca. Tuvo que esperar hasta agosto de 1969 para que el gobierno pusiera a su disposición una emisora de mayor alcance, la cual hace posible que desde ese entonces se reciba su señal en el Distrito Federal y en el Estado de México.

Los esfuerzos del gobierno por controlar la programación fueron nulos, debido a la fuerza que para ese entonces habían adquirido los propietarios de la de radio y televisión independientemente de apoyarse en el Artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual establece que "únicamente deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de 30 minutos continuos ó discontinuados, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social." Al dejar abierto a consideración del transmisor este artículo, la disposición se convirtió en una farsa, ya que los concesionarios emitían "spots" breves durante horarios con poca audiencia que realmente no afectaban sus intereses comerciales.

Para 1969 todavía no existía una transmisora realmente preocupada por el contenido de su programación, como tampoco la hay en la actualidad, la calidad continúa siendo deficiente, no existía y no existe libertad de información y los televidentes se han acostumbrado a esta situación.

La televisión 1970-1990.- Con la intervención de las compañías estadounidenses en el sistema de comunicaciones del país, las transmisiones muestran una influencia cada vez más marcada en relación con la programación, la introducción de las series norteamericanas, en su mayoría con temas violentos, es un acierto comercial de las cadenas nacionales, aunque en el sentido cultural la calidad disminuye notablemente.

A la industria televisiva le conviene importar programas que son de un costo menor que los que se producen en el país, pero con la ventaja de que la producción, post producción, y edición de los programas americanos tiene más calidad que los hechos en México. La década de 1970-1980 se caracteriza por una crisis nacional que evidentemente afecta todos los ámbitos, incluyendo el de la cultura nacional provocada por los medios de comunicación masiva, como resultado de los ajustes del sistema capitalista que se adapta a la situación económica del país.

En 1972, Azcárraga Milmo tomó las riendas de Televisa; que ya era el consorcio de televisión más grande del país con ventas aproximadas de 60 millones de dólares.

En Julio del mismo año, todos los funcionarios públicos relacionados por ley con la radio y la televisión dan conferencias de prensa en las que condenan el

funcionamiento de los medios electrónicos y anuncian la creación de una nueva ley, que altere substancialmente el régimen de concesiones. Sector obrero y líderes de las Cámaras hacen lo propio, respaldados por el mismo presidente.

Ante la posibilidad de que los proyectos gubernamentales comiencen a instrumentarse, las dos empresas privadas concesionarias de los canales comerciales, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México se fusionan en una sola sociedad anónima: **Televisa**. Somex, en ese entonces parte de la banca nacionalizada, compra el canal 13, con lo que surge un canal paraestatal.

El 1° de septiembre de 1974: En su cuarto informe de gobierno el Presidente Echeverría alude de nuevo a los aspectos negativos de la televisión comercial, haciendo énfasis especial en los programas de violencia. El 21 de septiembre del mismo año, el Diario Oficial publica un Decreto que anuncia la cancelación de 37 series televisivas de este tipo²⁹ Días después, en la XVI Semana Nacional de Radio y Televisión organizada por los industriales del ramo, se reprueba la medida.

El año de 1975 es significativo especialmente por el hecho de que tras una nueva presión por parte de los industriales, el gobierno se ve obligado a desechar su nuevo proyecto de ley federal y a abandonar por completo la vía legal, para intentar obtener algún control de la industria por otra vía: la laboral.

El 26 de agosto de 1975, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social lanza la convocatoria para la celebración de un contrato ley que rijan las relaciones laborales de los trabajadores de radio y televisión. En 1976 el gobierno comandado por López

²⁹ *Ibidem*. p.206.

Portillo intenta organizar las instancias gubernamentales creadas para el manejo de los medios de difusión desde 1960.

En el marco de la reforma administrativa se busca centralizar en una sola secretaría de Estado lo relativo a los medios masivos. El 29 de diciembre de 1976, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal señala a la Secretaría de Gobernación como la encargada. Los medios de difusión fueron implícitamente definidos. Se les consideró medios de control político y no medios de educación informal o vehículos culturales.

Una vez definidos, los medios de difusión entran a formar parte de las modificaciones que requiere el sistema político. En octubre de 1977, el Presidente López Portillo envía la iniciativa que modifica los artículos constitucionales que darán paso a la reforma política. Entre ellos se encuentra el artículo 6° relativo a la libertad de expresión. La propuesta señala la necesidad de añadir una frase: el derecho a la información será garantizado por el Estado.

"El 4 de octubre de 1978, el Lic. Reyes Heróles hace públicos los lineamientos básicos que contendrá la mencionada reglamentación. Rescata los planteamientos del "Plan Básico de Gobierno 1976-1982" elaborado por el PRI cuando él era presidente del partido. Dicho documento contempla la participación de una pluralidad de sectores en los medios de difusión y anuncia restricciones al mercantilismo de los medios."³⁰ Este año se caracteriza por los intentos del estado para legislar el derecho a la información y contenido de las transmisiones de radio y televisión, el proyecto es fuertemente criticado por los medios de comunicación, por lo que en febrero de 1989,

³⁰ Ibidem, p. 208.

tras una audiencia con el Presidente solicitada por los Directivos de los medios privados que sostuvieron la posición de no reglamentar, se afirmó que no se instrumentaría el proyecto de reglamentación en los términos en que fue anunciado.

Se hace indispensable señalar los intentos que en la década de los 70, realiza el gobierno, por la incorporación de la radio y televisión al Estado, para obtener mediante el ejercicio del poder político, su legitimidad social. Durante el transcurso de este periodo, Azcárraga controlaba cuatro canales cuya programación incluía desde series americanas hasta programas de concurso producidos en México, así como telenovelas y programas dedicados no solo al entrenamiento sino a la desculturización del televidente. Por otro lado el Estado transmitía su señal por el canal 13, que se administraba según el ejemplo de la televisión comercial.

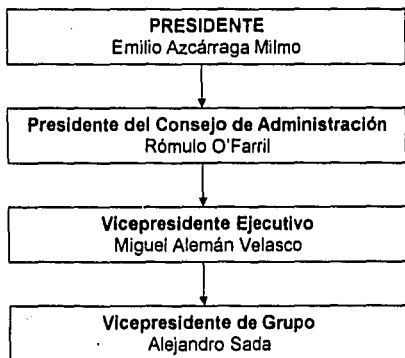
El Instituto Politécnico Nacional difundía el canal 11, el cual era administrado por la Secretaría de Educación Pública, la cual también tenía posibilidad de influir sobre la programación. Función que ejercía conjuntamente con la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas, cuyo presidente era el director del IPN, que a su vez es una institución descentralizada de la Secretaría de Educación Pública.

Era evidente que ningún otro medio que intentara difundir cultura tendría un público tan amplio, como el de la televisión, Azcárraga estaba cierto de esta situación y defendió su privilegio. Tratando de legitimar su papel cultural vinculándose a los medios académicos, profesionales e intelectuales, consiguiendo adeptos, que consciente o inconscientemente y bajo el pretexto de contribuir a que la televisión mexicana contemplara "espacios liberadores", financiados por quien fuera, avalaron

un proyecto de acumulación, de control y de desnacionalización. Proyecto que no se llevó a cabo únicamente en el terreno de los medios de difusión sino en toda la economía del país. Así con motivo de la disputa por los canales de televisión, en 1980 todavía no se lograba enlazar las transmisiones a cargo del Estado a toda la República. No fue sino a fines de 1982 cuando, gracias a las estaciones terrenas de telecomunicaciones, se pudo captar la programación nacional en toda la República.

En 1982 se da la siguiente distribución en el organigrama del consorcio televisivo: "El presidente de la empresa era Emilio Azcárraga Milmo; el presidente del consejo administrativo, Rómulo O'Farril Jr.; el vicepresidente ejecutivo, Miguel Alemán Velasco, y el vicepresidente de grupo, Alejandro Sada."³¹

ORGANIGRAMA



³¹ AVENDAÑO y CABAÑAS DÍAZ. Excelsior. 23 de abril de 1982, p.19.

La influencia político-comunicativa, económica y sociopolítica de Televisa no sólo se derivó de sus emisoras, sino además de otras empresas dedicadas a la comunicación y de las actividades comerciales de cada uno de sus accionistas, debido a que existían empresarios dedicados a la política y políticos involucrados con las telecomunicaciones, esta dualidad benefició indudablemente la relación medios-gobierno y viceversa; propiciando que las familias realmente involucradas como era el caso de Azcárraga y Alemán Velasco quienes por tradición se habían enriquecido a través de los dos medios de comunicación social más importantes en el país como son la radio y la televisión, los convirtieran en un monopolio familiar que les permitió obtener ganancias millonarias; independientemente de lo lucrativo que evidentemente resultará para el futuro de la empresa, su participación en el negocio de los satélites nacionales.

Ante esta situación, cabe enfatizar que el gobierno por medio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Educación Pública, cada una en el ámbito de su competencia, otorgaba al consorcio monopolístico los permisos necesarios para la circulación de sus publicaciones y tanto en el caso de radio y como el de la televisión tenía y tiene, libertad de transmitir casi cualquier tipo de programación, aunque esto represente la total disminución de programas culturales, permita la apertura ideologías extranjeras que paulatinamente influyen en la vida social y cultural de los mexicanos.

Aunque, supuestamente los temas relacionados con política están vetados en cualquier medio de comunicación electrónico únicamente se aceptaban, siempre y cuando no fueran para efectuar críticas adversas a la forma en que el partido en el gobierno (PRI) manejaba los intereses del país. Los propietarios de Televisa, utilizan

su poder financiero para amenazar a medios que contravienen sus intereses, mediante el boicot publicitario o bien, difundiendo a través de sus propios medios, comentarios y editoriales sobre la política informativa y cultural. En otros casos toman partido a favor de los intereses de los empresarios nacionales, como sucedió después de la nacionalización de la banca, a través de Jacobo Zabludovsky en su Noticiero "24 Horas" en el canal 2.

Así, la televisión en la década de los ochenta se caracteriza por retardar el desarrollo político de México, mediante una serie de coyunturas como por ejemplo: como cuando en 1984 Azcárraga propuso a Miguel de la Madrid que él y otros empresarios le comprarían al gobierno federal 380 empresas paraestatales para que se estableciera un sistema real de economía mixta. Libre Empresa, S.A, era la compañía que pretendía fundar Azcárraga con Alejandro Sada, José Luis Ballesteros, Carlos Autrey, Antonio del Valle, Diego Gutiérrez Cortina, Carlos Slim, Fernando Senderos y Antonio Madero Bracho entre Otros.³²

Cuatro años después, durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se hizo realidad su propuesta, al ser privatizada la mayoría de las empresas estatales y dejadas en manos de algunos de los hombres que él mismo había propuesto.

Por décadas los partidos de oposición no existieron en la pantalla de Televisa. En las elecciones de 1988, por ejemplo, el PAN y el Frente Democrático Nacional se unieron para promover un boicot contra el consorcio y en particular contra su Noticiero 24 Horas. A través del cual, abiertamente se apoyaba al partido oficial.

³² PUIG, Carlos. "El emporio construido por Emilio Azcárraga en México si tuvo reveses...en el extranjero". PROCESO. No. 1068. 20 de abril de 1997, p. 12.

Hecho que marca la pauta de un compromiso implícito entre la familia Salinas, Alemán y Azcárraga.

Conforme el gobierno aceptó la apertura de los medios electrónicos a la oposición, Televisa tuvo que adaptarse a los nuevos tiempos. Fue Azcárraga amigo de todos los presidentes mexicanos; empresario agradecido por los favores recibidos se declaró en diferentes ocasiones "priísta" y soldado del presidente.³³

No era para menos. La grandeza de la obra de Azcárraga se basó en las facilidades que el Estado Mexicano le concedió para desarrollarse: concesiones de radio y televisión, facilidades fiscales, legislaciones a modo, y complicidades políticas.

Paralelamente, los canales estatales realizan un verdadero esfuerzo por competir con la televisión privada, no obstante sus bajos presupuestos y carencia tecnológica, logran producir programas de calidad, lo cual representa una opción para el televidente. Y aunque el porcentaje de audiencia en términos generales no representa una amenaza para la competencia, sí es, en determinados horarios y programación un "foco rojo" para la televisión privada; incluso, al final de la década, cuenta con un sistema de cable (Multivisión) que atrae la atención del teleauditorio en forma sorprendente, lo que la convierte, ahora sí, en una amenaza real para el sistema de cablevisión.

³³ Idem.

1.2.1 SISTEMA ACTUAL DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Este periodo se caracteriza por el desarrollo tecnológico y la apertura política de los medios de difusión masiva. Para 1990 la televisión paraestatal (Imevisión) cuenta con dos canales 7 y 13, el Instituto Politécnico Nacional continúa únicamente con la concesión del canal 11.

Televisa, que en el 93 tuvo luz verde para integrar su cuarta red, segunda nacional, con un suculento paquete de 69 concesiones, abrió el 94 con el anuncio de que gracias a las dos concesiones recién obtenidas para operar TV restringida, pronto introduciría en México a través de tal modalidad, la TV de alta definición, un proyecto que viene desarrollando desde hace años y para cuya fase final está disponiendo una cuantiosa inversión.

En enero de 1994 como respuesta al ingreso de Televisa, aunque en julio de ese año, Emilio Azcárraga recibió la desagradable noticia de que había perdido el liderazgo del hombre más rico de México según la revista Forbes –sitio que le correspondió a Carlos Slim Helú-, con todo y los altibajos del año –en octubre se informaba de una caída del 34 por ciento en las utilidades de la empresa-, sus finanzas siguen siendo tan sanas como cuantiosas, permitiendo a Azcárraga avanzar en su carrera a las otras dos empresas televisoras privadas, impulsar su nueva cadena nacional encabezada por el 9, continuar con la construcción de nuevos estudios y edificios corporativos (Ciudad Televisa), crear nuevos proyectos editoriales, introducir a televisión de alta definición y darse el lujo de impulsar sus proyectos de TV interactiva. Por si esto fuera poco, Televisa había dado otro paso más en su proyecto internacional de expansión, de consolidarse la compra del canal

español Tele 5, para cuya adquisición al consorcio Azcárraga llevaba adelantadas negociaciones. De ser así, España se agregaría a la lista de países en los que el consorcio ya tiene intereses (Estados Unidos, Venezuela, Perú y Chile).

En 1993 con apoyo del régimen salinista se remato al mejor postor la TV del Estado, e irónicamente el beneficiado resultó ser Ricardo Salinas Pliego, quien originalmente declaró que la televisora del Ajusco como solía llamársele (TV Azteca) seguiría dedicada a hacer "TV de bajo costo". Así durante los primeros meses de 1994 continuó comprando y repitiendo series extranjeras porque según Salinas Pliego la empresa no cuenta con recursos para realizar sus propias producciones. Sin embargo, en mayo de ese mismo año TV Azteca estableció una alianza con la National Broadcasting Company (NBC), consorcio que adquirió el 10 por ciento del capital accionario de la televisora del Ajusco. De entrada, el convenio le reportó a Salinas Pliego un apoyo de 120 millones de dólares, buena inyección financiera si se toman en cuenta los serios problemas que enfrenta la empresa por las insuficientes ventas publicitarias (el 85 por ciento del pastel es para TELEVISIA).

Pero además, el convenio le aporta a TV Azteca acceso a tecnología de punta, programas e intercambio noticioso, en tanto que para la NBC representa su introducción en un mercado que considera apetitoso. Con dicho convenio, la televisión del país se interna más en un proceso de transnacionalización que iniciara años atrás y que ahora se produce vía las asociaciones-fusiones entre empresas de comunicación, con la diversificación del capital de la televisora mexicana a cambio de compartir el mercado.

En cuanto a Multivisión, consorcio cuyo desarrollo ha sido acelerado a pesar de tener sólo ocho años en el aire, el 94 fue el año de su consolidación como el primer sistema de TV restringida del país. Según diera a conocer en septiembre de ese año su vicepresidente, Ernesto Vargas, la empresa planeaba expandirse, para lo cual preveía ingresar en el año 2000 al Mercado de Valores, introducir sus servicios en Guadalajara y Monterrey, ampliar su oferta de canales y penetrar en el segmento de televidentes de clase media-baja, ofreciendo siete canales básicos a un precio módico. Se proyectaba también iniciar la producción propia de programas. Todo ello no obstante que MVS se ve desfavorecido por las recientes concesiones otorgadas a TELEvisa.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes(SCT) Televisa cuenta con un total de 218 canales en todo el país en VHF y UHF, lo que representa el 42 por ciento del total de concesiones otorgadas hasta la fecha.³⁴

Como parte de la mencionada política de apertura en concesiones televisivas del régimen salinista, la Secretario de Comunicaciones y Transporte otorgó también un gran número para la modalidad de cable: 167. Adicionalmente, los avances tecnológicos están abriendo nuevos mercados en los cuales hay desde luego un amplio interés empresarial por explotar que el Estado está apoyando, aunque no cuente con una política clara al respecto ni un marco legal que regule la introducción de las nuevas tecnologías. Así, en el régimen de Salinas se otorgaron once concesiones de TV restringida. Al fin del sexenio, se estudiaba el proyecto de otorgar concesiones para explotar sistemas de TV directa por satélite y de TV celular digital.

³⁴ La Jornada. 24 de septiembre de 1994. 2ª. Plana.

No obstante, la situación entre las televisoras es cada día más tirante la privatización de IMEVISION ahora TV Azteca fue un golpe duro para Televisa en audiencia y en economía.

Así, se inicia una guerra más por los anunciantes, en esta guerra el público no importa -está "pasivo totalmente" - ni se aprecia mejoramiento en la programación de ambas cadenas de señal abierta, observa el director de Alazraki y Asociados, agencia de publicidad que es responsable de la imagen de la Sección Amarilla, Lada, Sanborns, Banca Promex y Mexicana de Aviación.

Desde 1995 hasta antes de su fallecimiento (1997), Azcárraga siguió afinando su sucesión. Aunque es evidente que con su muerte Televisa no solo perdió al gran empresario, político y hombre de negocios sino que probablemente, también tenga que sufrir la pérdida de todos o algunos de los privilegios, concesiones, y prerrogativas que a través del mismo a lo largo de toda su historia, tenía con banqueros, políticos empresarios y sobre todo con el presidente del gobierno en turno.

Ahora bien, es oportuno reflexionar en que la negligencia del gobierno mexicano permitió y ha permitido en todos los tiempos, la formación de monopolios en torno a la radio y la televisión, y esto obedece a tres razones básicas:

- En primer lugar, fue renuente a tener sus propios medios de comunicación, fundamentalmente por la ignorancia de los funcionarios a cargo de la comunicación. La televisión era un medio muy nuevo en la clase política

mexicana y no se entendió durante mucho tiempo la importancia que llegaría a alcanzar. Desde luego, los funcionarios de la cúpula gobernante prefirieron conformarse con la alianza que —mal que bien nunca de manera explícita, en ocasiones con bamboleos- pudieron sostener con lo que era Telesistema Mexicano, bajo la conducción de Azcárraga Vidaurreta y luego con Televisa.

- El gobierno también se negó a aplicar la ley vigente sobre radio y televisión y mantuvo estos preceptos legales como una manera de presionar a los radiodifusores si se extralimitaban en el manejo de los medios, más allá de las reglas no escritas. Nunca se ha cancelado una concesión de radio o televisión en México.

- Por último han mantenido tratos no explícitos, muy sobrentendidos que obligan a los radiodifusores a tomar en cuenta los mensajes del gobierno, más haya de las obligaciones legales, que a su vez, obligan al gobierno a mantener los privilegios de estos empresarios. Esto fue mucho más intenso con Telesistema Mexicano y Televisa. En este caso, no solo la ley se aplicaba con generosidad: por ejemplo otorgándole a los dueños de Televisa (Azcárraga-Alemán Velasco) hasta cuatro concesiones para canales de televisión abierta en la ciudad de México lo que es un exceso desde cualquier punto que se le vea; o incluso beneficiando a Televisa con cuotas baratas en cualquier servicio de microondas y del servicio para conducción de señales por satélite. Se llegó a decir pero nunca se pudo cobrar impuestos como con otras empresas. En todo caso, había un

política de displicencia por parte del gobierno para con la empresa del Sr. Azcárraga.³⁵

A este trato preferencial Televisa correspondía; manteniendo una imagen de estabilidad de concordia; prácticamente una incondicionalidad en la cobertura de los asuntos políticos; manteniendo una cortesía invariable hacia los funcionarios. Durante largo tiempo, las entrevistas en televisión a los funcionarios eran prácticamente comparecencias, donde los funcionarios llegaban casi a su casa. De la misma manera, numerosos secretarios de Estado retrasaban sus declaraciones importantes para ofrecerlas al Noticiario estelar de Televisa. Había un trato de mutuo beneficio en este sentido.

A estas alturas, en el principio del Tercer Milenio, los mexicanos continúan ignorando cuál es la situación formal de la radio y la televisión en México. No se sabe cuantas concesiones hay para radio y televisión los datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes son diferentes a los que señaló el último informe del presidente Ernesto Zedillo y éstos, a su vez, diferentes a los que manifiestan la Cámara de la Industria de Radio y Televisión. No se sabe, por ejemplo, cuando comenzaron y cuando vencen las concesiones de Televisa y TV Azteca. Es una expresión de desorden y de ilegalidad; e incluso de encubrimiento.

³⁵ PROCESO. No. 108. 20 de abril de 1997, p. 9

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN LEGAL DE LA TELEVISIÓN

El desarrollo tecnológico que ha hecho posible la difusión de mensajes de manera simultánea a un auditorio cuyas proporciones pueden llegar a ser incuantificables, es el origen de una justificada preocupación social respecto al contenido de dichos mensajes y por otra parte, estos medios de enorme potencialidad sólo pueden ser usados por un reducido grupo de personas y es aún menor la cantidad de voluntades individuales que intervienen en las decisiones relativas al contenido que se difunde a través de dichos medios.

La sociedad moderna requiere de un cierto número de garantías que le aseguren que la información que recibe por estos conductos tenga cierta calidad que la hagan confiable, ya que a partir de ella habrá de tomar, el integrante de la sociedad, una serie de decisiones que van desde la selección de un objeto para el uso o el consumo, incluso la elección de los gobernantes.

Por otro lado, la sociedad requiere también de que se le abran posibilidades de acceso a estos medios, de modo que lo que por ellos se transmite responda a la realidad de los intereses y necesidades colectivos.

El derecho a la información plantea pues, la solución normativa de las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación social. Es el derecho a ser informado por ellos con veracidad, objetividad y oportunidad, y también el derecho a lograr el acceso a los mismos. El Estado tiene el ineludible deber mediante

normas generales de cumplir esta misión reguladora. Su acción, por supuesto, no puede ser arbitraria, pero ello se garantiza por el hecho mismo de que sea a través de una ley, como participa en estas relaciones.³⁶

El derecho a la información es, entonces, un derecho social frente a los multicitados medios de comunicación: no un derecho de éstos frente al Estado, el cual está garantizado por otras muchas disposiciones jurídicas bajo cuyo amparo se han desenvuelto.

En el presente capítulo se analiza la fundamentación legal de la televisión en México, considerando tanto el derecho a la información, como la reglamentación correspondiente.

2.1 PRINCIPALES NORMAS CONSTITUCIONALES QUE TIENEN RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO

La Constitución Política de 1917, contiene varios artículos que tienen alguna relación con la comunicación, ya sea directa o indirectamente, cuyo impacto se presenta en la legislación reglamentaria o secundaria del marco constitucional, tales artículos son el 3º, 6º, 7º, 27, 41, 73 y 133.

El artículo 3º textualmente señala que:

³⁶ ANDRADE SÁNCHEZ, Eduardo. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. México. 1995, p. 21.

"Todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado —Federación, Estados y Municipios— impartirá educación preescolar, primaria y secundaria. La educación primaria y la secundaria son obligatorias.

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

- I. Garantizada por el artículo 24 la libertad de creencias, dicha educación será laica y, por tanto, se mantendrá por completo ajena a cualquier doctrina religiosa;

- II. El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

Además:

- a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;

- b) Será nacional, en cuanto —sin hostilidades ni exclusivismos— atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y

- c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del

interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos;..."

Estos principios de la educación pública, son retomados por las leyes federales y reglamentos, para obligar a las empresas dedicadas a la comunicación masiva a respetarlos y reafirmarlos en sus publicaciones y emisiones. Considerando que los medios de comunicación son fortalecedores o deberían serlo, de los valores característicos del pueblo mexicano recibidos en los planteles educativos.

El artículo 6° de la Carta Magna señala lo siguiente:

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

Emilio O. Rabas y Gloria Caballero destacan que lo más característico del hombre, lo que lo distingue de los demás seres de la naturaleza, es la facultad de concebir ideas y poderlas transmitir a sus semejantes. Por eso, la libertad de expresión es el derecho más propiamente humano, el más antiguo y el origen y base de otros muchos.³⁷

Obviamente, estos dos artículos son contradictorios, por un lado, el Estado está obligado a garantizar la información, es decir datos ciertos y expeditos sobre el

³⁷ RABASA, Emilio O y Gloria Caballero. Mexicano: ésta es tu Constitución. Miguel Ángel Porrúa. México. 2000. p. 54.

acontecer humano y por otro lado a proteger a los medios de comunicación o comunicadores en general para que expresen lo que quieran, incluso cualquier emisión o escrito que contenga asuntos contradictorios a lo expresado en el artículo 3º constitucional.

La Constitución mexicana, fiel a su estructura democrática y a la tradición liberal que recoge, garantiza el derecho a la libertad de expresión en su artículo 6º en forma general y en el 7º que establece la libertad de escribir, emitir y publicar obras sobre cualquier materia.

Los derechos del hombre, para ser respetados, deben ser respetables. La libertad de expresión ya no lo es si ataca la vida privada, la moral o la paz pública. La ley reglamentaria de los artículos 6º y 7º considera que se atenta contra la vida privada, cuando se cause odio, desprecio o demérito hacia una persona, o con tal actitud se le perjudique en sus intereses; se atenta contra la moral, cuando se defiendan o aconsejen vicios, faltas o delitos, o se ofenda al pudor, decencia o buenas costumbres, y a la paz pública, cuando se desprestigien, ridiculicen o destruyan las instituciones fundamentales del país, se injurie a México, se lastime su buen crédito, o se incite al motín, a la rebelión o a la anarquía.

Las estipulaciones anteriores están determinadas por la obligación de proteger la dignidad individual, así como el sentimiento colectivo, y el respeto a las instituciones y su estabilidad.

El artículo 6º fue adicionado en 1977, para consagrar el derecho a la información. En nuestra época uno de los poderes sociales más evidentes es el de

los medios masivos de comunicación —radio, cine, prensa y sobre todo la televisión—, debido a la gran influencia que logran en el pensamiento, actitudes y conductas de los seres humanos.

El derecho a la información ha sido aceptado por las más modernas constituciones del mundo occidental y en algunos de esos países ha sido ya reglamentada.

Comprende:

- a) El derecho del particular y de los grupos a tener acceso a los medios de comunicación, en determinadas circunstancias y cuando se trate de asuntos de suma importancia para la sociedad. En México, por ejemplo, se ha otorgado este derecho a todos los partidos políticos, a fin de que puedan difundir sus ideas;
- b) El derecho a recibir información veraz. La propaganda, en todas sus manifestaciones, es en nuestro mundo una fuerza poderosísima, tanto que puede dirigir conductas, modelar actitudes y conformar el pensamiento humano. De ahí la necesidad de sujetar la información —sea política o comercial— a criterios de veracidad, para evitar que los pueblos sean manipulados sin que se perciban de ello y conducidos a obrar de modo inconveniente y contrario a sus intereses legítimos, y
- c) El derecho a obtener de los órganos públicos la información necesaria para salvaguardar los intereses particulares o de grupos. Así por ejemplo, cuando se trata de defender la llamada "calidad de la vida", concepto más amplio que el tradicional de salud, ya que comprende una serie de condiciones ambientales propicias para el desarrollo cabal de la vida humana.

Este derecho no puede ser absoluto —y por tal motivo debe ser reglamentado ya que todos los estados actúan en algunos renglones sobre la base del secreto y la confidencialidad. En política exterior o en asuntos militares por ejemplo. Por eso los archivos no se publican sino transcurrido un lapso considerable.

El artículo 7º constitucional establece que:

"Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

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

Está por demás, explicar que en este artículo se omitió mencionar las emisiones radiofónicas y televisivas, porque en la época en que se redactaron estos artículos, no existían. Lamentablemente, los legisladores han mantenido esta laguna por lo que deben hacerse las reformas correspondientes para incluir todos los nuevos medios de comunicación radiales y electrónicos, no solamente los medios impresos.

Políticamente la libertad de expresar ideas, en forma verbal o por escrito, es de la mayor importancia, puesto que ayuda, ya sea con iniciativas o con críticas, a

lograr el mayor bien para el mayor número, aspiración esencial de la democracia. La libre crítica conduce a obtener el estricto cumplimiento de las leyes y el funcionamiento eficaz de los órganos estatales, y en los campos de la ciencia y de la cultura, sin el libre intercambio de ideas, el conocimiento quedaría paralizado.

Otro artículo que de alguna forma tiene relación con las transmisiones televisivas es el 27 constitucional, el cual señala:

"La propiedad de las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional, corresponde originariamente a la nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ellas a los particulares constituyendo la propiedad privada.

Las expropiaciones sólo podrán hacerse por causa de utilidad pública y mediante indemnización.

La nación tendrá en todo tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el de regular, el beneficio social, el aprovechamiento de los elementos naturales susceptibles de apropiación, con objeto de hacer una distribución equitativa de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y urbana...

Corresponde a la nación el dominio directo de todos los recursos naturales de la plataforma continental y los zócalos submarinos de las islas; de todos los minerales o sustancias que en vetas, mantos, masas o yacimientos, constituyan depósitos cuya naturaleza sea distinta de los componentes de los terrenos, tales como los minerales de los que se extraigan metales y metaloides utilizados en la industria; los yacimientos de piedras preciosas, de sal de gema y las salinas formadas directamente por las aguas marinas; los productos derivados de la descomposición de las rocas, cuando su explotación necesite trabajos

subterráneos; los yacimientos minerales u orgánicos de materias susceptibles de ser utilizadas como fertilizantes; los combustibles minerales sólidos; el petróleo y todos los carburos de hidrógeno sólidos, líquidos o gaseosos; y el espacio situado sobre el territorio nacional, en la extensión y términos que fije el derecho internacional..."

Jorge Madrazo considera que el primer párrafo del artículo 27 es la piedra angular sobre la cual se edifica todo el régimen de propiedad. "ha sido objeto de un importante debate doctrinal y jurisprudencial y existen no menos de cinco tendencias interpretativas."³⁸

Una de ellas, conocida como la *teoría patrimonialista del Estado*, considera que la nación mexicana, al independizarse de España, se subrogó en los derechos de propiedad absoluta que tuvo la Corona española, derechos que, se dice, le fueron conferidos por la bula *Inter Caetera*, de Alejandro VI, en 1493.

Otra teoría considera que la propiedad originaria de la que habla este primer párrafo, significa la *pertenencia del territorio nacional a la entidad estatal*, como elemento consubstancial e inseparable de la naturaleza de ésta.

Una tercera teoría lo acepta como *el dominio inminente de la propiedad originaria* y consecuentemente considera que en este primer párrafo se reconoce la soberanía del Estado para legislar sobre las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional.

³⁸ MADRAZO, Jorge. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. México. 1995, p. 73

Otra teoría entiende que el primer párrafo del artículo 27 resulta de la combinación de la teoría de la *propiedad-función social* y la *teoría de los fines del Estado*.

Un importante sector de la doctrina reconoce en la propiedad originaria postulada por este primer párrafo *un derecho nuevo y singular*; no sólo un dominio eminente, como en el siglo XIX, sino uno más concreto y real que, como dice Felipe Tena Ramírez puede desplazar a la propiedad privada convirtiendo en objetos de dominio los bienes de los particulares, en vía de regreso a su propietario original que es la nación.³⁹

Esta teoría, parece verse confirmada en el tercer párrafo del propio artículo que proclama el derecho de la nación para imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público.

La parte final del cuarto párrafo del artículo 27 constitucional hace referencia al espacio aéreo en el cual además de navegar los artefactos aéreos, son el medio de difusión de las ondas electromagnéticas y magnetofónicas de los medios de telecomunicación y constituye el fundamento jurídico para el otorgamiento de autorizaciones, concesiones y permisos, en materia de telecomunicaciones y lógicamente su cancelación.

Otro de los artículos constitucionales que tienen relación con la comunicación, es el 41, el que en su fracción II menciona lo siguiente:

³⁹ TENA RAMÍREZ, Felipe. *Derecho constitucional mexicano*. Porrúa. México. 1997, pp 180-185.

II. La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la misma. Además, la ley señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los partidos políticos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado..."

La reforma de 1996 mantuvo el texto constitucional vigente que establece el principio de equidad para que los partidos políticos cuenten con los elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades incluyendo el derecho al uso permanente de los medios de comunicación social. Los cambios en esta materia, quedaron plasmados en la legislación secundaria, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, reformado en diciembre de 1996.

Cabe sin embargo recordar que el antecedente remoto de este derecho al uso permanente de los medios de comunicación se encuentra en la reforma de 1973. En ella se establecieron entre las prerrogativas de los partidos políticos el acceso a medios para la difusión de sus idearios y propuestas, que posteriormente ampliaría la reforma de 1977 y la Ley Federal de Organización y Procedimientos Electorales.

Actualmente no puede ser irrelevante para la equidad electoral, que de manera explícita preconiza la reforma en la exposición de motivos de la iniciativa de modificación constitucional, la reglamentación del acceso a los partidos políticos a los medios de comunicación social en virtud de la enorme cobertura que actualmente tienen, sobre todo los electrónicos. Más de un analista político ha hecho ver que las contiendas electorales se ganan sobre todo en el terreno de los medios.

Simplemente recuérdese que el primer debate televisivo celebrado el 12 de mayo de 1994, entre los candidatos a la presidencia de la República de los tres principales partidos políticos: Diego Fernández de Cevallos (PAN), Ernesto Zedillo (PRI) y Cuauhtémoc Cárdenas (PRD) alcanzó a un auditorio de más de cuarenta millones de personas.

El artículo 73 de la Constitución Mexicana, señala que

"El Congreso tiene facultad:

I...

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;

XIX..."

Respecto al artículo constitucional en comento, Emilio O. Barrasa y Gloria Caballero consideran que las facultades otorgadas al Poder Legislativo Federal pueden clasificarse en tres grupos:

- a) Las que pertenecen al Congreso de la Unión y que ejercen ambas cámaras en forma separada y sucesiva. Son las consignadas en este artículo.
- b) Las que son exclusivas y propias de la Cámara de Diputados (artículo 74) o de la de Senadores (artículo 76). En este caso las funciones las ejercen cada una, en forma totalmente independiente de la otra.
- c) Las que siendo iguales para ambas cámaras, ejercen cada una por separado, sin intervención de la otra (artículo 77).

Las treinta fracciones de este artículo otorgan al Congreso la facultad de legislar en todas aquellas materias consideradas de interés primordial para la existencia de la República y para el cumplimiento de los ideales políticos y económicos perseguidos por la Revolución mexicana.⁴⁰

Enrique Sánchez Brungas, por su parte, considera que son tres tipos de atribuciones las que la Constitución asigna al Poder Legislativo:

- Facultades legislativas
- Facultades administrativas
- Facultades electorales⁴¹

El artículo 89 constitucional, sin hacer referencia explícita a los medios de comunicación, si otorga al Ejecutivo Federal una atribución que incide directamente en éstos, al señalar:

“Las facultades y obligaciones del Presidente son las siguientes:

I...

X. Dirigir la política exterior y celebrar tratados internacionales, sometiéndolos a la aprobación del Senado. En la conducción de tal política, el titular del Poder Ejecutivo observará los siguientes principios normativos: la autodeterminación de los pueblos; la no intervención; la solución pacífica de controversias; la proscripción de la amenaza o de la fuerza en las relaciones internacionales; la igualdad jurídica de los Estados; la cooperación internacional para el desarrollo; y la lucha por la paz y la seguridad internacionales;

⁴⁰ RABASA, Emilio O. y Gloria Caballero. Ob. Cit. pp. 214-216.

⁴¹ SÁNCHEZ BRUNGAS, Enrique. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. Porrúa, México, 1995, Art. 73.

XI..."

La fracción X del artículo 89 confiere al Presidente la atribución de guiar la política exterior así como la de celebrar tratados internacionales, con la aprobación del Senado, de suma relevancia en el mundo globalizado contemporáneo, dado que en casi todas las materias jurídicas, aparentemente, existe la tónica de estandarizar, a nivel mundial los conceptos básicos, sobre todo en lo que respecta a Derechos Humanos y a los medios y vías de comunicación, hasta el establecimiento de la llamada "aldea global".

Finalmente, dentro del cuerpo constitucional se encuentra también el artículo 133, que al respecto expresa que:

"Esta Constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la Ley Suprema de toda la Unión. Los jueces de cada Estado se arreglarán a dicha Constitución, leyes y tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las Constituciones o leyes de los estados."

Anticipándose a la época actual, el constituyente de 1917, incluyó en este precepto la importancia de los tratados y convenios internacionales, convirtiéndolos en Ley Suprema de toda la Unión, con un vigor jerárquico jurídico similar al de la Constitución por encima de las constituciones y leyes estatales.

Así, una vez aprobados por el Senado y publicados en el Diario Oficial de la Federación, los convenios y tratados internacionales relacionados con las telecomunicaciones adquieren el estatus de Ley Suprema.

2.2 ANTECEDENTES NORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN

Las disposiciones constitucionales son la base a partir de la cual, se crean los antecedentes que norman el marco jurídico secundario de la televisión mexicana, entre los que se encuentran no solamente las leyes en la materia, sino también los reglamentos, decretos presidenciales, normas oficiales, así como los convenios y tratados internacionales.

2.2.1 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

Ley Federal de Radio Y Televisión fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 19 de enero de 1960 y actualizada por última vez el 9 de febrero de 2001.

Esta ley explica en su artículo 1º que corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

Agrega en el artículo 2º que 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 previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la Ley.

Aclara que 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.

Señala que la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social. (Art. 3º)

Destaca que la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales. (Art. 5º.)

En atención a lo anterior dispone que el Ejecutivo Federal promoverá, por conducto de las secretarías y departamentos de Estado, los gobiernos de los estados, los ayuntamientos y los organismos públicos, la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

En la Ley de Radio y Televisión se ordena que es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión, correspondiendo a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes:

- I. Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva.
- II. Declarar el abandono de trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlos en los casos previstos en esta Ley.
- III. Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios.
- IV. Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales.
- V. Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten al régimen de propiedad de las emisoras.
- VI. Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones, y
- VII. Las demás facultades que le confieren las leyes.

Asimismo, compete a la Secretaría de Gobernación:

- I. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.
- II. Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.
- III. Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal.

- IV. Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el artículo 59 de esta Ley.
- V. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta Ley, y
- VI. Las demás facultades, que le confieren las leyes.

A la Secretaría de Educación Pública le concede las siguientes atribuciones:

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

A la Secretaría de Salubridad y Asistencia compete:

- I. Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas,
- II. Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o curación de enfermedades.
- III. Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.
- IV. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones, y
- V. Las demás facultades que le confiera la Ley.

2.3 DISPOSICIONES LEGALES QUE TIENEN RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TELEVISIVA

Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

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.

Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratare de sociedad por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

El término de una concesión no podrá exceder de treinta años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.

Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, cuando el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial. Las solicitudes de concesión deberán llenar los siguientes requisitos:

- I. Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana;
- II. Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente; y
- III. Información detallada de las inversiones en proyecto.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará al solicitante el monto del depósito o de la fianza que deberá constituir, para garantizar que se continuarán los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada.

De acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito o de la fianza no podrá ser menor de \$10,000.00, ni exceder de \$30,000.00.

Procede la declaración de abandono de trámite, cuando el interesado no cumpla con cualquiera de los requisitos técnicos, jurídicos o administrativos dentro del plazo que señale la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Para tal efecto se seguirá el procedimiento a que alude el artículo 35 de esta Ley.

En todo caso, el plazo real para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos citados en el párrafo precedente, será de un año; sin embargo, a juicio de la Secretaría, dicho plazo podrá prorrogarse hasta por un período igual, si existen causas que así lo ameriten.

Constituido el depósito u otorgada la fianza, el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, estudiará cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolverá a su libre juicio, si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación de su trámite, en cuyo caso dispondrá que se publique, a costa del interesado, una síntesis de la solicitud, con las modificaciones que acuerde, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial y en otro periódico de los de mayor circulación en la zona donde debe operarse el canal, señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones.

Si transcurrido el plazo de oposición no se presentan objeciones, previo cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales que fije la Secretaría, se otorgará la concesión. Cuando se presenten objeciones, la Secretaría oírá en defensa a los interesados, les recibirá las pruebas que ofrezcan en un término de quince días y dictará la resolución que a su juicio proceda, en un plazo que no exceda de treinta días oyendo a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Otorgada la concesión, será publicada, a costa del interesado, en el Diario Oficial de la Federación y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones que imponga dicha concesión. Esta garantía no será inferior de diez mil pesos ni excederá de quinientos mil.

Una vez otorgada la garantía antes citada, quedará sin efecto el depósito o la fianza que se hubiere constituido para garantizar el trámite de concesión.

Las garantías que deben otorgar los concesionarios en cumplimiento de las obligaciones que contraigan de acuerdo con las concesiones y permisos respectivos, y las demás que fijen las leyes o reglamentos, se constituirán en la Nacional Financiera, S.A., cuando sean en efectivo. La calificación de las fianzas u otras garantías será hecha por la Secretaría ante la que deban prestarse.

Las concesiones contendrán, cuando menos lo siguiente:

- a) Canal asignado;
- b) Ubicación del equipo transmisor;

- c) Potencia autorizada;
- d) Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas;
- e) Horario de funcionamiento;
- f) Nombre, clave o indicativo;
- g) Término de su duración.

No se podrá ceder ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ella conferidos, instalaciones, servicios auxiliares, dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de la empresa concesionaria.

Las acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora o un televisora, que fueren adquiridas por un gobierno o persona extranjeros, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto para el tenedor de ellas y pasarán al dominio de la nación los derechos que representen, sin que proceda indemnización alguna.

Los permisos para las estaciones oficiales, culturales y de experimentación, así como para escuelas radiofónicas, sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

Sólo se autorizará el traspaso de concesiones de estaciones comerciales y de permisos de estaciones culturales, de experimentación y de escuelas radiofónicas, a

entidades, personas físicas o morales de orden privado o público que estén capacitados conforme esta Ley para obtenerlos y siempre que hubieren estado vigentes dichas concesiones y permisos por un término no menor de tres años y que el beneficiario hubiese cumplido con todas sus obligaciones.

Para que una concesión pueda ser transmitida por herencia o adjudicación judicial o cualquier otro título, se requerirá que los causahabientes reúnan la calidad de mexicanos.

Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

Son nulas las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducarán por las causas siguientes:

- I. No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen.
- II. No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada;
- III. No otorgar la garantía a que se refiere el artículo 19 de la Ley.

Son causas de revocación de las concesiones:

- I. Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- II. Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- III. Enajenar la concesión, los derechos derivados de ella o el equipo transmisor, sin la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IV. Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o fideicomiso o gravar de cualquier modo integra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, el equipo transmisor, o los bienes afectos a su actividad, a gobierno, empresa o individuo extranjeros, o admitirlos como socios de la negociación concesionaria;
- V. Suspender sin justificación los servicios de la estación difusora por un período mayor de 60 días;
- VI. Proporcionar al enemigo, en caso de guerra, bienes o servicios de que disponga, con motivo de la concesión;
- VII. Cambiar el concesionario su nacionalidad mexicana o solicitar protección de algún gobierno, empresa o persona extranjeros;
- VIII. Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de esta Ley;
- IX. Cualquier falta de cumplimiento a la concesión, no especificada en las fracciones anteriores.

El Ejecutivo Federal tendrá en todo tiempo, derecho de adquirir los bienes que el concesionario conserve en propiedad, previo pago de su valor, fijado por peritos nombrados conforme al procedimiento judicial señalado en materia de expropiación, que los valúe conforme a las normas de la misma.

La caducidad y la revocación, serán declaradas administrativamente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, conforme al procedimiento siguiente:

- I. Se hará saber al concesionario los motivos de caducidad o revocación que concurren, y se le concederá un plazo de treinta días para que presente sus defensas y pruebas.
- II. Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Secretaría dictará su resolución declarando la procedencia o improcedencia de la caducidad o de la revocación cuando medie caso fortuito o fuerza mayor.

En los casos de nulidad se observará el procedimiento anterior para declararla.

El beneficiario de una concesión declarada caduca o revocada no podrá obtener otra nueva, dentro de un plazo de uno a cinco años, según la gravedad de la causa que motivó la declaración, contados a partir de la fecha de ésta.

No podrá otorgarse otra nueva concesión al que hubiera incurrido en alguna de las causas enumeradas en las fracciones IV, VI y VII del artículo 31.

Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión podrán ser revocados por los siguientes motivos:

- I. Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- II. Cambiar la ubicación, o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- III. Transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso;
- IV. No prestar con eficacia, exactitud y regularidad el servicio especializado, no obstante el apercibimiento, y

V. Traspasar el permiso sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión al público.

La misma Secretaría vigilará que se apliquen correctamente las mismas tarifas y que no se hagan devoluciones o bonificaciones que impliquen la reducción de las cuotas señaladas.

Se exceptúan de lo anterior:

- I. Los convenios celebrados por las difusoras, con el Gobierno Federal, gobiernos locales, ayuntamientos y organismos públicos, en interés de la sociedad o de un servicio público;
- II. Las transmisiones gratuitas o las reducciones que hagan las empresas por razones de beneficencia a instituciones culturales, a estudiantes, a maestros y a conjuntos deportivos.

Las estaciones difusoras deberán tener a disposición del público, en sus oficinas, suficientes ejemplares de las tarifas respectivas y de sus formas de aplicación.

No se concederán prerrogativas que impliquen privilegios de alguna empresa de radio y televisión en perjuicio de las demás.

2.4 SITUACIÓN MEXICANA DE DICHO DERECHO

El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

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

La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de Radio y Televisión deberá:

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

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

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

Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales y de experimentación, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

- I. Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública;
- II. Los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

Todas las estaciones de radio y televisión en el país, están obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea

denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

No se podrán transmitir:

- I. Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o al orden público;
- II. Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario, con la citada Secretaría.

La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrán hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.

En el caso de programas para niños deberá cumplirse con lo establecido en el artículo 59 bis de la Ley.

La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

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

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

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

Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento, prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Sólo podrá hacerse propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, cuando éstos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de las operaciones que realicen deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda.

Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

Para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

Para los efectos del artículo anterior, se entenderá por programa vivo toda intervención personal realizada en el momento de la transmisión, exceptuando el anuncio o mención comercial.

En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, integra o resumida, a juicio de la propia Secretaría.

Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria, información sobre acontecimientos de carácter político social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales.

En las informaciones radiofónicas, deberán expresarse la fuente de la información y el nombre del locutor, y se evitará causar alarma o pánico en el público.

Serán responsables personalmente de las infracciones que se cometan en las transmisiones de radio y televisión, quienes en forma directa o indirecta las preparen o transmitan.

En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud.

Sólo los locutores mexicanos podrán trabajar en las estaciones de radio y televisión. En casos especiales la Secretaría de Gobernación podrá autorizar a extranjeros para que actúen transitoriamente.

Los locutores serán de dos categorías: A y B. Los locutores de categoría A deberán comprobar que han terminado sus estudios de bachillerato o sus

equivalentes, y los de la categoría B, los estudios de enseñanza secundaria o sus equivalentes; unos y otros cumplirán, además, con los requisitos que establezca el reglamento.

Los concesionarios o permisionarios de las difusoras podrán emplear aprendices de locutores para que practiquen por periodos no mayores de 90 días, previa autorización de la Secretaría de Educación Pública.

Las estaciones difusoras hasta de 10,000 vatios de potencia, podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías. En las de mayor potencia, cuando menos el cincuenta por ciento de los locutores autorizados serán precisamente de la categoría A.

Los cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

Por disposición de la Ley Federal de Radio y Televisión se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión tiene las siguientes atribuciones:

- I. Coordinar las actividades a que se refiere la Ley;
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;
- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;
- V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y televisión;
- VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

Constituyen infracciones a la Ley Federal de Radio y Televisión:

- I. Las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz y al orden público;
- II. No prestar los servicios de interés nacional previstos en esta Ley, por parte de los concesionarios o permisionarios;
- III. La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IV. La alteración sustancial por los locutores de los textos de boletines o informaciones proporcionados por el Gobierno, con carácter oficial para su transmisión; asimismo, la emisión no autorizada de los textos de anuncios o propaganda comerciales que requieran previamente la aprobación oficial;
- V. Utilizar los servicios de locutores, cronistas o comentaristas que carezcan de certificado de aptitud;
- VI. Iniciar las transmisiones sin la previa inspección técnica de las instalaciones;
- VII. No suprimir las perturbaciones o interferencias que causen a las emisiones de otra difusora en el plazo que al efecto les haya fijado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- VIII. Modificar las instalaciones sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IX. La violación a lo dispuesto en el artículo 46;

- X. No cumplir con la obligación que les impone el artículo 59 bis de la Ley;
- XI. La falta de cumplimiento a cualquiera de las obligaciones contenidas en el artículo 60 de esta Ley;
- XII. No encadenar una emisora cuando se trate de transmitir las informaciones a que se refiere el artículo 62;
- XIII. La desobediencia a cualquiera de las prohibiciones que para la correcta programación prevé el artículo 63 de esta Ley;
- XIV. La violación a lo dispuesto por el artículo 64 de esta Ley;
- XV. Contravenir lo dispuesto por cualquiera de las tres fracciones del artículo 67 de esta Ley;
- XVI. Contravenir las disposiciones que, en defensa de la salud pública, establece el artículo 68 de la presente Ley;
- XVII. Realizar propaganda o anuncios en contravención al artículo 70;
- XVIII. Faltar a lo que dispone el artículo 75 en relación con el uso del idioma nacional;
- XIX. La violación a lo dispuesto en el artículo 78;
- XX. No acatar las observaciones que haga la Secretaría de Gobernación en los términos del artículo 97;
- XXI. No acatar las órdenes o no respetar las características de las autorizaciones que sobre transmisiones formule la Secretaría de Gobernación;
- XXII. No transmitir los programas que el Estado ordene en el tiempo cuyo uso le corresponde en los términos de esta Ley u otros ordenamientos;
- XXIII. Operar o explotar estaciones de radiodifusión, sin contar con la previa concesión o permiso del Ejecutivo Federal; y
- XXIV. Las demás infracciones que se originen del incumplimiento de esta Ley.

Adicionalmente, se aplica el correspondiente Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SOCIAL DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

Lamentablemente, no se puede decir que la posición de los dueños de la televisión mexicana, sea la de contribuir al fortalecimiento de la ideología del auditorio televidente, a través de una programación que enfatice nuestras costumbres, tradiciones y cultura.

Por otra parte, la manipulación, persuasión y dominación que se ejerce sobre el público mediante la televisión, es insospechada y altamente perjudicial en la formación particular de niños y adolescentes, quienes tienden a imitar absolutamente todo, lo que se muestra a través de la pantalla chica.

En este contexto, en el presente capítulo se lleva a cabo un análisis social de la televisión en México.

3.1 ACTUACIÓN DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Con el propósito de que el lector del presente trabajo se de una idea general de cómo y por quiénes están integradas las dos cadenas televisivas existentes en el país; de cuál es la ideología y los objetivos de sus propietarios; y cómo los intereses personales de éstos, en complicidad con políticos y empresarios hacen de la televisión mexicana un monopolio que lo único que transmite al auditorio es

imbecilidad; se requiere presentar en breves líneas un panorama general, que permita apreciar las bases sobre las que se sustentada su estructura.

En 1972 se fundó, por Decreto Presidencial la empresa Televisión de la República Mexicana, propiedad del gobierno federal que incluía el canal 13 como la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, el canal 7, así como el canal 22 y toda una red de televisión en la República Mexicana.⁴²

La implantación de las políticas neoliberales iniciadas en 1983, así como el deseo de la familia del Presidente de la República en el período 1988-1994, influyeron para que en el año de 1993 se pusieron en remate los activos y concesiones de la empresa estatal que comprendía los canales 13, 7, 22 y la red en la República Mexicana, bajo el nombre de Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), así como un paquete de empresas dedicadas al espectáculo y a los medios de comunicación

En la contienda participaron, entre otros el Grupo Empresarial de Occidente (GEO), Televisa y una nueva empresa formada por empresarios regiomontanos asociados con la familia Salinas de Gortari.

El ganador del paquete de medios del Estado, Ricardo Benjamín Salinas Pliego, presidente del grupo Radio Televisora del Centro, señaló que "...en materia televisiva se adecuará a lo que quisiera la sociedad, si ésta pide programas como los de Televisa, dentro de los cuales el "canal de las estrellas" está destinado a

⁴² BOHMANN, Karin. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. Alianza. México. 1991, p. 182.

transmitir telenovelas eso se les dará"; aseguró que la independencia frente al poder público no representará crítica, sino "ayudar a que las cosas estén mejor en lo económico y lo social"; Salinas Pliego, manifestó profesar admiración por el presidente Carlos Salinas de Gortari y su equipo, así como por su política económica, por otra parte también manifestó que en el país hay muchas carencias, "pero siempre las ha habido", y seguimos adelante.⁴³

Asimismo, señaló: "El sistema democrático en México tiene problemas. Entre más desigual es una sociedad, menos democrática es. Para que funcione bien un sistema democrático es deseable que exista una mayor igualdad entre sus miembros. Creo que la forma de lograrlo es con una mayor educación y un mayor progreso económico. Si existen estos dos ingredientes, tendremos una sociedad más igual y, por ende, más democrática. El problema de los sistemas democráticos, es que mucha gente no está informada de lo que realmente pasa y se deja llevar y manipular. Como idea, la democracia suena bien, pero tiene serios problemas para implementarse".⁴⁴

Ahora bien, la otra cadena nacional de televisión es, sin duda, Televisa, cuyos orígenes y evolución fueron tratados en el capítulo anterior, sin embargo debe mencionarse que como compensación al otorgamiento de la concesión de los canales 7 y 13 del gobierno al grupo formado por los Salinas-Salinas, se le entregó a la cadena de Emilio Azcárraga Milmo un paquete formado por 62 canales que comprendía canales ubicados en "Aguascalientes, Baja California Norte y Sur, Campeche, Coahuila (5), Colima (2), Chiapas (4), Chihuahua (2), Durango,

⁴³ PROCESO. México. No. 1044. 3 de noviembre de 1996. p. 12.

⁴⁴ Idem.

Guanajuato, Guerrero (4), Jalisco (4), Estado de México (2), Michoacán (4), Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca (4), Querétaro, Quintana Roo (2), San Luis Potosí (2), Sinaloa (3), Sonora (4), Tabasco, Tamaulipas (4), Veracruz (2), Yucatán y Zacatecas (2)".⁴⁵

La muerte de Emilio Azcárraga Mimo el día 16 de abril de 1997, en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos y la llegada a la presidencia del Grupo Televisa de su hijo Jean Azcárraga, el 3 de mayo de 1997, antes del fallecimiento de su padre, obligaron a la reestructuración de la empresa.

De acuerdo con una entrevista concedida a la revista semanal Proceso, los cambios que efectuaría Televisa, en palabras de Jean Azcárraga, un joven de 29 años, serían:

- La revitalización de la pantalla con la nueva programación del denominado Plan Televisa 2000.
- Una reestructuración del área de noticiarios que podrían incluir cambios de algunas de las personalidades que salen en pantalla.
- La venta de algunas de las empresas propiedades del grupo que no se dedican a la producción como Skytel.
- La inversión de recursos materiales y humanos en el sistema de televisión directa vía satélite.
- Énfasis en la producción de programas de entretenimiento, sobre los informativos o educativos.⁴⁶

⁴⁵ CORRO, Salvador. "Televisa confirma: son suyos ya 62 nuevos canales de televisión". PROCESO. México. No. 847. 25 de enero de 1993, p. 7.

⁴⁶ PUIG, Carlos: "Azcárraga Jean: Yo soy empresario". PROCESO. México. 16 de marzo de 1997. p. 30 y 55.

Para lograr lo antes descrito Jean Azcárraga en forma tajante, enfatizó "... Esto es un negocio. Lo fundamental, la cara de esta empresa es la producción de entretenimiento, después la información, educar es labor del gobierno, no de Televisa".⁴⁷

De acuerdo con Pablo Latapí Sarre, Azcárraga Milmo fue el inventor de "una cultura electrónica que juzga los fines del hombre como asunto de mercado"; el forjador de "una identidad nacional con la complicidad del sistema político"; el creador de "una sociedad que va totalmente en sentido contrario al de la historia".⁴⁸

Latapí se explica el desarrollo de Televisa en buen medida por la "fidelidad comprada y pagada hacia la estabilidad del régimen" y por su contribución a "un retraso del posible desarrollo político del país".⁴⁹

Así, advierte, el reto para los herederos del emporio consiste en la responsabilidad de abrirse a otras formas de hacer televisión, y "no simplemente seguir en su actitud de apoyo servil al poder establecido".⁵⁰ Pero le da pocas esperanzas. A fin de cuentas, dice, "Televisa ha sido la racionalidad del negocio llevada a la perversión

Lo anterior implica que la situación descrita en el capítulo anterior no modificará la programación ni la temática editorial de la llamada televisión comercial.

⁴⁷ Ibidem. p. 7.

⁴⁸ PROCESO 22 de junio de 1997, 25.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Idem.

Adicionalmente, los conflictos interempresariales que han venido enfrentando últimamente Televisa y TV Azteca, se manifiestan en abiertas disputas que inclusive, son del conocimiento del público en general, debido a que, evidentemente, ninguna de ellas tiene reparo en ventilarlos a la luz pública a través de sus locutores, comentaristas y actores. Tales problemas son derivados básicamente, de la competencia por un mayor rating en su programación.

Otro aspecto determinante en los serios problemas habidos entre las televisoras es el que se suscitó, a partir de la publicación de una nota en la prensa extranjera, y de otras sucesivas aparecidas en periódicos mexicanos, en especial La Jornada y Reforma, la legitimidad de la operación a través de la cual Ricardo Salinas Pliego y sus socios adquirieron TV Azteca.⁵¹

Lo anterior originó que las dos televisoras del país se enfrentaran con violencia inusitada a través de un insólito intercambio de improperios lanzados desde sus pantallas. En el fondo de la disputa estaba el legado de corrupción que el régimen encabezado por Carlos Salinas de Gortari dejó en el país y cuya expresión más nítida se encuentra en las acciones ilegales que el hermano del ex presidente realizó en los más diversos ámbitos de la vida nacional.

Sobre el particular, el periódico Ovaciones, propiedad de Televisa, colocó en su primera plana este encabezado "Salinas + Salinas = a 7 y 13". La nota correspondiente no aportaba ningún elemento nuevo a lo publicado por otros medios, por lo que el interés periodístico de esa edición de Ovaciones consistía en que con

⁵¹ El Financiero, 18 y 21 de junio de 1996.

ella se iniciaba lo que rápidamente habría de conocerse como la "guerra de televisoras".⁵²

Es claro que el conflicto entre TV Azteca y Televisa produjo efectos colaterales, algunos socialmente nocivos y otros potencialmente benéficos.

Los saldos favorables que el conflicto pudo tener son relativos y en algunos casos su utilidad aún está por concretarse. La sociedad siguió enterándose de que las presuntas actividades ilícitas de Raúl Salinas de Gortari abarcaron prácticamente todos los ámbitos de la vida nacional, incluido, en este caso, el de los medios de comunicación. También quedó claro que la privatización de los canales 7 y 13 no fue lo inmaculada que se pretendió en su momento.

En ese sentido, la investigación que la Cámara de Diputados anunció que haría respecto a esa operación de compra-venta podría convertirse en un saldo favorable de este penoso episodio, siempre y cuando esa indagación fuera verdaderamente al fondo y sus resultados se dieran a conocer a la sociedad. No obstante, hasta ahora, el asunto no ha pasado de ser un caso más dentro de la muy larga historia de filtraciones, mentiras y medias verdades que por décadas ha enrarecido el ambiente político de nuestro país, mediante un acuerdo si no explícito, sí implícito de los medios de comunicación, particularmente: la televisión.

⁵² OVACIONES, 1º de julio de 1996, primera plana.

3.2 COMO IDEOLOGÍA, MANIPULACIÓN, DOMINACIÓN, PERSUASIÓN, CONSUMO, ETC.

Al analizar la programación televisiva en general, es posible afirmar que la influencia que la misma tiene en el teleauditorio, es nociva totalmente, en relación con aspectos tan trascendentes como: la formación de valores morales, prototipos y sobre todo la desnacionalización de los valores de los mexicanos.

Asimismo, los individuos tendemos a la imitación e identificación de aquellos aspectos que, según nuestro particular criterio -el que obviamente está determinado por el grado de cultura- nos dan cabida, o nos acercan al estatus social al que nos gustaría pertenecer. Este fenómeno es muy común en los mexicanos, quienes confundimos cultura con situación económica y humildad con ignorancia o "naques".

Cuando un sujeto vive una situación similar a las observadas en televisión, puede repetir la acción aprendida. Este efecto se desprende básicamente de la teoría del aprendizaje en el sentido de que constituye un aprendizaje directo adquirido por imitación a partir de la observación repetida de conductas específicas.

En términos sencillos, el proceso de imitación se refiere al aprendizaje de la conducta observada en un personaje de la presentado por un medio de comunicación, y su reproducción exacta o aproximada por parte del sujeto observador. Aunque es difícil aceptar que el público tienda imitar lo que observa en los medios, la imitación puede ocurrir en algunos casos y en condiciones específicas. Por otro lado, se ha observado que la conducta de imitación tiende a ocurrir menos en tanto la situación escenificada difiera de la realidad del público. (García, S. 1998).

Identificación. Aunque hay similitud en los procesos de identificación e imitación, la diferencia básica estriba en que el primero implica cierta vinculación emocional con el modelo, en tanto que el segundo se define sólo como la copia o repetición de la conducta observada.

La identificación se considera como un "proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, propiedad o atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste"⁵³ En este sentido muchos personajes de la televisión tienden a ser considerados como modelos con los que se identifican los sujetos, principalmente por medio de elementos afectivos más que racionales. Los niños y adolescentes, en particular, introyectan los modelos (gestos, actitudes, conductas, y fundamentalmente, ideología) que les imponen los modelos.

Estos modelos predominantes parecen mostrar como señala Guinsberg 1991), que "...si eres como ellos alcanzaras el triunfo y la felicidad, pero si buscas otro camino, la derrota y el fracaso serán inevitables".

Cazeneuve (1967) detecta que la televisión favorece los procesos de proyección e identificación, dos fenómenos diferentes que con frecuencia se refuerzan mutuamente. Aunque cualquier espectáculo puede suscitar tales fenómenos, la tecnología televisiva —que se introduce en la intimidad familiar y se apodera del hombre en sus momentos de ocio o descanso— otorga a dichos procesos una fuerza particular.

⁵³ LAPLANCHE, Gerard. El Proceso Psicológico de Asimilación. Alianza. México. 1983. p. 45.

Persuasión. El efecto persuasivo se presenta cuando el sujeto asimila el contenido de los mensajes a los que se expone y termina aceptándolos. Este efecto ocurre básicamente en la esfera cognitiva, y se refleja en conocimientos, creencias u opiniones manifiestos.⁵⁴

Motivación. El efecto motivacional se genera a través de un proceso que, por medio de la estimulación de deseos, conduce a determinadas reacciones. Es similar a la persuasión con la diferencia de que se dirige a las esferas afectiva y conductual. La motivación busca generar determinadas actitudes y conducir a comportamientos específicos.

Manipulación. La manipulación es el recurso que utilizan los medios para guiar al público hacia la adopción de creencias, actitudes y conductas predeterminadas. Este efecto ocurre tanto en la esfera cognitiva, como en la afectiva y la conductual pero, a diferencia de la persuasión o motivación, se desarrolla de modo general inconsciente para los sujetos.

En referencia a la radio y la televisión, Cazenueve (1967) plantea que tales aparatos, que vierten a domicilio infinidad de mensajes auditivos y visuales, llevan a quien les consagra lo esencial de su ocio hacia un verdadero trasmundo de palabras, música e imágenes. Estas últimas tienen una pregnancia, una fuerza de sugestión más grande que los sonidos, pero ambos participan de una acción común que se caracteriza por la movilización de los sentidos y que puede llegar a la manía, por el

⁵⁴ GARCÍA, Sara. Medios Masivos de Comunicación. McGraw-Hill. México. 1998. 103.

embotamiento de las facultades de atención y, en definitiva, por el debilitamiento de ciertos controles psíquicos.

3.3 VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN

La premisa básica en relación con la activación de los sentidos que producen ciertos programas televisivos, conocida también como "*disparador*", es que los mensajes recibidos a partir de un medio de comunicación pueden actuar como detonadores o estímulos para la realización de determinada conducta.

La catarsis, es otro fenómeno que se presenta en el área emocional, de manera que aquellos programas de alto contenido de violencia, cualquiera que sea el tipo de emociones que se destaquen, puede generar en el sujeto que la observa un efecto de descarga emocional.

Por otra parte, es importante mencionar que la evasión, se presenta en sujetos que ocurren a los medios masivos para olvidar su realidad cotidiana. La evasión ofrece un alivio para las realidades monótonas o desagradables de la vida. El efecto alienante aumenta por el hecho de que la pantalla de televisión reduce todas las imágenes a una misma cualidad visual: "La atrocidad y la diversión alternan en el mismo rectángulo de cristal abombado" (Miller 1972). En esta línea destacan los hallazgos de algunos estudios en niños, como el de Berkowitz, (1969), quien encontró que cierto tipo de niños muestra una tendencia a evadirse de un ambiente doméstico restrictivo al identificarse con héroes agresivos.

Asimismo, se ha planteado que la respuesta ante la exposición repetida a un estímulo tiende a disminuir e incluso a desaparecer la sensibilidad de un individuo. Este efecto se ha llamado "habitación" esto es, reacciones que eran inicialmente intensas o fuertes se ven minimizadas e incluso desaparecen con la exposición repetida a estímulos de cierto tipo⁵⁵

Son tantos los programas violentos y de asuntos corrientes que, en la medida en la que la televisión se ha ampliado a la familia del hombre, lo ha hecho más allá del punto en que todos sus miembros son capaces de expresar un sentimiento genuino y más allá del límite de obligaciones morales que cada individuo puede sentirse capaz de asumir. Enfrentado como está ahora a la imagen de tantas condiciones humanas, el espectador queda confuso, frustrado y finalmente se aísla en defensa propia.

Ante este panorama, sería ingenuo pretender que la televisión sirve sólo para informar y entretener. Los programas de televisión, al margen de su género, transmiten una noción determinada de la realidad. Asimismo, presentan modelos a seguir (actores, líderes de opinión, personajes de ficción), a los que los sujetos tienden a imitar, o con los que se identifican, en aspectos tan variados como el lenguaje, las actitudes, las costumbres, los hábitos, los estilos de vida y las formas de socializar y de resolver conflictos.

De cualquier forma si se desea valorar los aspectos positivos y negativos de la televisión, se debe considerar el papel que desempeña el contexto como elemento primordial. Así, los jóvenes y los niños son más vulnerables a los efectos de la

⁵⁵ ZILLMANN, W. Violencia en los Medios. FCE. México. 1982, p. 179.

televisión, sobre todo si la familia y quienes participan en su proceso de socialización tienen una influencia débil sobre ellos.

Sin embargo Himmelweit (1958) afirma que la visión del mundo presentada por la televisión afecta el comportamiento real de los individuos sólo en la medida en que puede reforzar tendencias que ya existen en él y cuando no choca con informaciones que reciben de su ambiente (por conducto de padres, maestros o amigos).

Para concretar, cabe destacar que la televisión, tiene una gran responsabilidad, debido a su penetración y sus principales víctimas son niños y adolescentes, a quienes se les abren los ojos a la violencia desatada, a los crímenes. Las películas son unas porquerías inenarrables de sangre y de muerte, deformando la conciencia de quien las ve.⁵⁶

Todo esto sin considerar el daño psicológico que les causa, presenciar en todos los canales, incluso hasta en las propias caricaturas, actos de verdadera violencia; sangre y crímenes están presentes a toda hora en la pantalla chica y lamentablemente, el público televidente, no está preparado ni educado o no le interesa considerar el daño que a mediano plazo, toda esta violencia, acarreará, como consecuencia ineludible a sus hijos y por ende, a la sociedad.

Sobre el particular, el Dr. Latapí, opina que: "Desde la perspectiva de la formación del hombre y de su dignidad es simplemente lamentable lo que estamos presenciando. Basta prender la televisión para ver el tipo de programas, verdaderamente imbéciles, que se transmiten, el manoseo que se hace

⁵⁶ PROCESO. Ob. Cit. p. 9.

continuamente, a través de las telenovelas, de la violencia, el cultivo del morbo, los prototipos que se presentan a los jóvenes, todo esto es sumamente preocupante".⁵⁷

"...suelo decir que si la televisión se hubiera inventado antes de la Constitución de los Estados nacionales, por tanto de los sistemas educativos, ni por asomo un ministro de educación hubiera pensado en dejar a la televisión fuera de su campo de acción, es obvio... Pero nace en otra era, con propósitos de lucro, se convierte en instrumento de publicidad, se determina tecnológicamente que la única posibilidad es la unidireccional y no una televisión en que haya mensaje y respuesta, para constituir, por ejemplo, grupos sociales activos, para remediar problemas sociales regionales. Esto nos ha llevado a la atroz situación que ese medio tiene en la actualidad".⁵⁸

3.4 RELACIÓN ESTADO-TELEVISORAS

Basado en el Artículo 27 Constitucional el Estado Mexicano tiene el dominio directo del espacio aéreo y electromagnético. Por consiguiente, le corresponde legislar y regular en esta materia, para que los medios que emplean este espacio actúen bajo la perspectiva del interés y el beneficio colectivo.

Confirmando lo anterior, el Artículo 1° de la ley Federal de Radio y Televisión señala que "le corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y,

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ Idem.

en consecuencia, del medio en que se propagar las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible".

El Poder Legislativo es uno de los tres poderes que componen al Estado Mexicano, por consiguiente, los órganos de apoyo de dicho Poder son órganos de Estado.

Por su naturaleza de Poder autónomo de Estado, el Legislativo tiene la facultad de expedir sus propias leyes y procedimientos para funcionar adecuadamente. Esta atribución lo posibilita a crear un Canal de Televisión como un órgano de Estado que aborde las tareas de comunicación con la sociedad y no sólo de la mera difusión tradicional de información.

Debido a la tensión permanente que produce el juego político de los partidos en el Congreso de la Unión, habría sido conveniente que, desde su surgimiento, el Canal de Televisión fuera reconocido en Ley Orgánica del Congreso como órgano de comunicación de Estado, pues en un futuro podría desaparecer ante cualquier presión política de coyuntura dejando al Congreso sin su órgano de difusión. Al ser de Estado no podrá desaparecer.

Siendo que el Estado representa los intereses de la nación, es necesario reconocer al Canal de Televisión como medio de comunicación de Estado de servicio público para que quede vinculado con los intereses de la nación y no sólo con los de los partidos políticos.

Dentro del espectro de medios televisivos que existen actualmente en el país, es muy importante diferenciar la naturaleza de los medios de gobierno (aquellos que son usados por los poderes coyunturales en turno para lograr sus objetivos de administración o poder); y los medios de comunicación de Estado (aquellos que son aprovechados para realizar las tareas del Estado y no sólo de los intereses provisionales de los grupos e el poder).

Es pertinente aprovechar esta oportunidad histórica para diferenciar jurídicamente la existencia que se da entre la naturaleza de los medios privados, cuyos fines son empresariales; y la del Canal del Congreso que es el fortalecimiento del Poder Legislativo y de la sociedad nacional.

Los objetivos del Canal del Congreso son los de un medio de comunicación de Estado de servicio público:

- a.- Contribuir a colocar en el espacio público los intereses de la nación por encima de los intereses particulares, en el marco de la pluralidad democrática.
- b.- Considerar a la información y al conocimiento de la realidad nacional como un bien y un derecho público al cual han de acceder y ejercer todos los mexicanos.
- c.- Informar a la sociedad mexicana bajo los principios de la veracidad, la imparcialidad, la ética, la pluralidad, la equidad y la oportunidad.
- d.- Fomentar con toda libertad y pluralidad la difusión del análisis, discusión y debate de los problemas nacionales para crear una verdadera opinión pública.
- e.- Contribuir al desarrollo educativo y cultural que requiere el avance del país.

- f.- En suma, fomentar los valores humanos y sociales contenidos en el artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

3.5 POLÍTICA CULTURAL Y ESTADO

Como ya se advirtió el artículo 3° constitucional señala: "...la educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia".

Como todo aspecto propio de todos los procesos históricos, el de la globalización entiende no sólo el terreno económico, sino también el ideológico-cultural. En este sentido, comprende la producción de elementos determinados – principalmente de entretenimiento– con pretensiones de distribución universal, sin diferenciar razas, lenguas, tradiciones, etcétera.

En este tenor, los medios de comunicación se perfilan hoy como uno de los principales productores y distribuidores de dichos elementos. Al respecto, diversos autores se han ocupado de reflexionar sobre el papel que desempeñan los medios en la actualidad, por lo que algunos los han llamado *Industrias culturales*, que la propia UNESCO define como productoras de bienes y servicios culturales que son "reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran escala y de acuerdo a una estrategia basada en

consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural.⁵⁹

Las industrias culturales operan tanto en lo económico como en lo político, ya que son parte de la economía global del mercado, y están dirigidas a producir mensajes de carácter simbólico tendientes al control social cuyas modalidades pueden cambiar según la capacidad que posee el sistema de responder a las demandas de las clases sociales. Se puede afirmar que la industria cultural es el quebrantamiento de la cultura como tal y su caída en mercancía y que da lugar a una nueva cultura: la cultura de masas, es decir, un amplísimo mercado de consumidores que le generará ganancias, porque no debemos olvidar que los medios son, ante todo, empresas que están dirigidas por una política más comercial e industrial que cultural. El hecho de que las industrias culturales se encuentren en auge actualmente se debe en mucho a los avances tecnológicos y a las transformaciones en la estructura legal promovidas por los gobiernos.

En este terreno, la comunicación global y la industria del entretenimiento son los principales productores y distribuidores de los elementos de la industria cultural. Lo interesante del fenómeno en la actualidad es que, lejos de los modelos de *Dependencia e Imperialismo cultural*, que en los años 70 constituían el paradigma teórico, no es la industria cultural "del centro" —principalmente la estadounidense— la que domina el mercado: hoy en día podemos advertir que los flujos corren lo mismo del Primer al Tercer mundo que en sentido contrario.

⁵⁹ SCHILLER, Herbert. *La apropiación corporativa de la expresión pública*. Cultura, S.A. México. Universidad de Guadalajara. 1993, p. 45.

Al respecto, Sinclair propone una nueva división del mundo en regiones geolingüísticas como *bloques* que no quedan definidos sólo por su situación geográfica, sino por la extensión de su lengua y su cultura, es decir, el investigador afirma que con el desarrollo de tecnologías avanzadas de comunicación, tales como el satélite, la conexión lingüística y cultural entre los países no se da necesariamente por la cercanía física que existe entre uno y otro. En este sentido, afirma que en el mundo de habla inglesa es por supuesto Estados Unidos la nación que produce más bienes y servicios culturales, pero lo interesante es que en lo relativo al terreno del castellano y el portugués, son países del Tercer mundo los que se imponen por sobre España y Portugal, a saber, México y Brasil, respectivamente.⁶⁰

Ahora, por supuesto que hay diferencias considerables en el desarrollo de las industrias culturales del Primer y del Tercer mundo, acorde ello con la distancia entre una economía y otra; de ahí que las industrias mexicana y brasileña sean productoras de bienes muy específicos, como el de la telenovela en el caso mexicano, frente a toda la red que abarca la industria estadounidense, lo que en consecuencia genere que los flujos sean desiguales. Relativo a ello, en su análisis sobre las industrias de Estados Unidos y México, Florence Toussaint concluye que:

"...si bien la expansión mexicana hacia el exterior es un hecho que parece consolidarse, el proteccionismo de las compañías estadounidenses es muy notorio, ya que éstas se nutren de los productos locales y, salvo las empresas destinadas a la población de habla hispana, no aceptan en su programación ni series, ni telenovelas que hayan sido producidas al sur del río Bravo. En cambio,

⁶⁰ SINCLAIR, John. Latin American Television: A Global View, OXFORD, Oxford University Press, 1999, p. 3.

paralelamente a la importación de materiales técnicos, de capital y de esquemas, México recibe programas que difunde en los canales nacionales; es decir, las compañías del país se han convertido a la vez en distribuidoras de los productos norteamericanos sin que exista reciprocidad.⁶¹

Aun considerando las diferencias señaladas, es interesante advertir cómo las industrias culturales del Tercer mundo están intentando abrirse camino en el mundo globalizado, lo que permite hablar de una descentralización del poder en este sentido hacia la "periferia".

3.6 INFORMACIÓN Y NECESIDADES SOCIALES

Son fines de los medios de comunicación proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y recreación, de orientación y respaldo a la educación formal, que sean completos y de calidad, capaces de contribuir a la solidificación de los valores esenciales de la sociedad, de la familia y de los individuos en México. Proporcionar información para el ejercicio enterado de la democracia y para la promoción del desarrollo y el bienestar económicos, la justicia social, la solidaridad y la equidad son obligaciones de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación, sus propietarios o sus trabajadores, que no cumplen con esos principios básicos, no responden a la confianza que la sociedad y el Estado han depositado en ellos.

⁶¹ TOUSSAINT, Florence. Televisión sin fronteras. México. Siglo XXI Editores. 1998, pp. 176-177.

La libertad de informar es inatacable e innegociable. Es una libertad que se ejerce con cuidado, pero sin que esa precaución pueda ser motivo de censuras. La libertad de informar obliga a los medios de comunicación a tener pautas de conducta como las que se establecen en este Código. Pero, antes que nada, obliga a los poderes políticos y económicos, públicos y privados a respetar esa libertad (que es de toda la sociedad) y a defender, sin excepciones, su cumplimiento.

El gobierno, en todos sus niveles, está especialmente obligado a cumplir y hacer cumplir la libertad de prensa y el derecho a la información -incluso cuando se trate de información sobre su propio desempeño-. Libertad de información implica la posibilidad de indagar, publicar, discutir y sugerir respecto de las acciones y proyectos de los poderes políticos y económicos. El derecho a la información no sólo es patrimonio de la sociedad; al mismo tiempo es uno de sus instrumentos para su propio conocimiento y el de su entorno y para su progreso y mejoramiento.

3.7 LA ÉTICA EN LOS MEDIOS (TELEVISIÓN)

Quienes tienen la responsabilidad de informar -en todas las fases del proceso informativo, desde la búsqueda de noticias hasta su procesamiento, edición y publicación o transmisión- cuentan siempre con la posibilidad de manejar, dándole acentos específicos, o aun dejando de hacerlo, la información que tienen a su cargo. La recolección y propagación de información siempre tiene un sesgo que le confiere la habilidad, el interés, la circunstancia o el desempeño del informador, o de los informadores, que participan en la construcción de una noticia. Por ello no puede decirse que exista imparcialidad plena en el manejo informativo. Particularmente en

la televisión; si hay en cambio, y esa debe ser una aspiración permanente de los medios, objetividad, entendida como la presentación de una noticia de manera completa, es decir de una manera ética.

Una información es incompleta si no recoge las diversas posiciones que existan acerca de un conflicto, o si no refleja los testimonios de las diversas partes involucradas en un acontecimiento. La objetividad es garantía de verosimilitud en un medio de comunicación.

Decir la verdad es obligación primordial en el manejo de informaciones. Sin embargo, es natural que respecto de hechos conflictivos existan diversas interpretaciones de una noticia. Por eso resulta indispensable mantener y defender la veracidad de las noticias.

La verosimilitud de una información implica la posibilidad de verificarla y, antes, la claridad en su presentación. Desde luego, resulta condenable cualquier alteración, involuntaria o no, de los hechos de los cuales da cuenta un medio de información. También lo es la confusión entre información y opinión. Para que haya claridad entre sus audiencias, y en beneficio de un manejo informativo honesto, es preciso que las noticias que son estrictamente eso, queden deslindadas, en su presentación, de las opiniones. Ello no significa que los reporteros no tengan derecho a ofrecer sus puntos de vista sobre los acontecimientos de los cuales informan, pero es saludable que tal opinión aparezca en espacios destinados específicamente para ello. Esta norma tampoco implica restricciones para el reportaje en profundidad o para el periodismo de investigación en cualquiera de sus vertientes.

Todo medio de comunicación tiene la responsabilidad de informar con veracidad, ética y profesionalismo a las audiencias. Particularmente, en aquellas situaciones -ya sean políticas, económicas o culturales- en cuyo caso, la información es de interés general. Esto es, cuando afecta directamente a la población.

Aunque debe enfatizarse, que lamentablemente en México, las alianzas y compromisos con funcionarios públicos y empresarios, impiden que los medios de comunicación cumplan cabalmente con su cometido, debido a que los dueños de los mismos han permitido la ingerencia y manipulación de la información, por parte de quienes detentan el poder, ya sea económico o político.

Así, no obstante, la responsabilidad que los medios tienen con sus audiencias, es lamentable ver que el manejo de la información es un problema que data de muchos años, precisamente, por los compromisos que los responsables de éstos, han adquirido a través de los favores que tanto políticos como empresarios les han otorgado. Sin embargo, es deseable transformar esta situación, con el propósito de que las audiencias estén informadas con ética y veracidad.

Conforme a lo expuesto, existe la necesidad imprescindible de que todo medio de comunicación adopte normas que lo conduzcan a la realización de un trabajo profesional y ético, el cual transmita a las diferentes audiencias la seguridad de estar informadas con absoluta veracidad, oportunidad y de acuerdo a la realidad; sabemos que este proceder resulta realmente difícil por parte de los medios, debido a los compromisos políticos y económicos de quienes los manejan con empresarios y políticos; no obstante cabe enfatizar que la forma en que se conducen los medios en la actualidad y por ende, la información que transmiten es manejada, confusa y

desleal. Por lo que se requiere la intervención de autoridades competentes y honestas que en la medida de lo posible, vayan transformando estas prácticas; para el efecto es conveniente que todo medio se comprometa y tenga en cuenta las siguientes normas:

- Se considera como práctica no ética, la búsqueda de una noticia mediante engaños, y/o sorprendiendo la buena fe de los informantes.
- El secreto profesional es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores. Los medios de comunicación han de ser solidarios con el derecho del informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional, únicamente cuando decir cuál ha sido la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole del o los informantes.
- Por lo general, es deseable que se indique con toda claridad cuál es la fuente de cada noticia. Una información tiene más verosimilitud en tanto se puede identificar su origen con claridad. Cuando, por los motivos mencionados, no ocurra así, deberá especificarse que la fuente es anónima. El derecho a mantener el anonimato de una fuente es ejercido de manera compartida por el reportero que recoge una información y por el editor o el propietario del medio de comunicación donde ésta se publique, el cual, de esa manera, es corresponsable de la decisión de mantener en secreto la fuente de la noticia.
- Los informadores y sus editores se han de esforzar por evitar conflictos entre su desempeño periodístico y otras fuentes de interés que pudieran

tener. Especialmente, es necesario que para un ejercicio honesto y confiable de su oficio, los informadores cuenten con salarios decorosos. Esta es una necesidad de los medios de comunicación y una exigencia de la sociedad.

- El salario mínimo que existe para el ejercicio periodístico constituye un piso básico para las remuneraciones de sus informadores pero ha de procurarse -en la medida en que las empresas de comunicación puedan cumplir con este propósito- que el ingreso de sus trabajadores sea mejor. También debe buscarse que ese salario esté complementado con prestaciones (que tengan como mínimo las que establecen las leyes laborales) capaces de asegurar que la del periodista sea una carrera profesional en todos los sentidos del término, en la que cada informador encuentre satisfactores materiales suficientes para cumplir decorosamente con sus necesidades personales y familiares.
- Es deseable que un medio de comunicación cubra los gastos de viaje y viáticos de los informadores que envíe a cubrir cualquier acontecimiento. También es deseable que los periodistas cuenten con recursos asignados por su empresa para pagar sus comidas de trabajo, transportes y otros gastos profesionales.
- Se considera como práctica no ética aceptar dinero de personas o de instituciones involucradas en una información, así como aceptar favores o bienes que vayan más allá de invitaciones para cubrir informaciones, o pequeños obsequios simbólicos.

- Si un informador tuviera ingresos o bienes adicionales, como resultado de otras actividades profesionales, deberá hacerlo del conocimiento del editor o del director del medio de comunicación para el cual trabaja.
- Deberán evitarse ingresos financieros, o privilegios de cualquier índole, que comprometan el profesionalismo, la objetividad o la veracidad del informador. Se deberá evitar asignar a un reportero a una "fuente" en la que tuviera intereses personales, o profesionales, que pudieran entorpecer su objetividad al manejar informaciones.

3.8 EJERCICIO DE RESPONSABILIDAD Y ÉTICA

Como se ha venido señalando a lo largo del presente trabajo, las autoridades competentes, deben ejercer su responsabilidad con los medios de comunicación, en este caso particular con las televisoras, mediante la imposición de las sanciones a sus propietarios, en virtud del compromiso que tienen ante la sociedad. La cual, obliga a las autoridades a demandar de las televisoras un desempeño ético y profesional, a través del cual cumplan con especial cuidado sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación. Tales tareas han de entenderse como un servicio, que independientemente de desempeñarse, les permita consolidarse, institucional y empresarialmente.

Para el efecto, debe recordarse que los medios de comunicación están sujetos a un complejo marco jurídico, que comienza por los artículos 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y que incluye diversas leyes y

ordenamientos. Cumplir con esas disposiciones, y hacer lo posible para que otros las cumplan, es obligación de las dependencias involucradas con los medios de comunicación en México. Además, el desarrollo de la sociedad de nuestro país, del que es parte el desarrollo de los propios medios, impone la necesidad de que las autoridades establezcan normas de conducta explícitas, que van más allá de la legislación, o bien que la complementan; pero que, sobre todo, definen su compromiso de responsabilidad y de servicio con la sociedad mexicana.

Es por ello que se hace necesario suscribir un *Código de Ética* cuyos lineamientos deberán ser cumplidos y respetados, en primera instancia, por las autoridades, quienes a su vez, deberán hacer lo propio con las televisoras, así como promover su cumplimiento en otros medios. Al manifestar estas obligaciones ante la sociedad, se busca garantizar un desempeño responsable en el manejo de los contenidos informativos de los medios de comunicación. Las definiciones éticas descritas en los siguientes párrafos, deberán ser también punto de partida para establecer nuevos compromisos, y nuevos puentes de confianza, entre: sociedad-medios y autoridades.

Entendemos que una sociedad bien informada es una sociedad más participativa. En la medida en que sus medios sean más responsables, la sociedad mexicana también lo será. Las reglas de comportamiento, que estimamos pertinentes tanto para el desempeño de los medios de comunicación como para las autoridades, también son necesarias para los medios extranjeros que informan sobre México, o aquellos cuyos mensajes llegan a nuestra nación.

La primera obligación de los medios, en materia informativa, es decir la verdad. Con un mejor conocimiento de nosotros mismos, de lo que somos y lo que deseamos y podemos ser, estaremos cumpliendo todos -autoridades, informadores, periodistas, comentaristas, editores, propietarios, lectores, radioescuchas o telespectadores- a tener un México que, al estar más enterado de sí mismo y de su entorno, pueda crecer mejor en el desarrollo, la democracia y la equidad.

La sociedad y sus integrantes así como tienen derecho a la información, también lo tienen a ser protegidos de imputaciones o confusiones que pudieran derivarse de manejos informativos insuficientemente responsables. Los derechos de la sociedad y los particulares ante los medios son parte del compromiso que los propios medios tienen con sus audiencias.

Son pautas de conducta para asegurar esos derechos, las siguientes:

- a) Los medios de comunicación no han de infringir las leyes ni de propiciar la infracción a ellas por parte de otros.*
- b) Los medios de comunicación están permanente e invariablemente obligados a respetar la privacidad de los individuos. Los personajes públicos tienen derecho a que su vida privada sea respetada, y en consecuencia, las actividades relacionadas con ella no sean consideradas como noticia. No son actividades privadas aquellas que tengan repercusiones en el desempeño público de los individuos. El respeto a la privacidad implica omitir la publicación de imágenes de personajes en actividades o actos no públicos, siempre y cuando éstos no tengan relación directa con sus responsabilidades públicas.*

- c) *Se evitará proporcionar información sobre detenciones policíacas o sobre participación de individuos en hechos delictivos, en los cuales su responsabilidad no haya sido judicialmente comprobada. Esto implica evitar la publicación de nombres de víctimas que sean menores de edad, o de delitos como la violación, así como evitar la publicación de nombres de personas a menos que ya exista orden de aprehensión o consignación en contra de ellas. Un informador no tiene por qué "presuponer" la culpabilidad o la inocencia de nadie. En el manejo de las informaciones sobre delitos se evitará la adjetivación sobre las culpas o la personalidad de los involucrados.*

Los individuos o las instituciones mencionados en una información podrán ejercer su derecho de réplica si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesiona sus intereses. Este derecho es válido tanto en los medios de comunicación impresos como en los de propagación electrónica. Los editores o responsables de cada medio así como la autoridad competente, con apego a la ley, cuidarán de que la réplica a una información aparezca, dentro de los límites razonables, de la manera más amplia y destacada que sea posible, de acuerdo con la extensión y ubicación que haya tenido la información que sea rectificada.

Cuando una noticia sea falsa o contenga informaciones falsas es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es responsabilidad del editor o directivo del medio informativo procurar su publicación lo más pronto posible.

Debe evitarse el recurso de disimular las fuentes acudiendo a fórmulas oblicuas ("se dice que...", "señalan expertos", "fuentes bien informadas..."),

etcétera) que suelen disimular la falta de fuentes acreditadas o las opiniones del informador.

Al investigar una información el periodista debe presentarse como tal, sin disimular su identidad personal ni profesional, excepto si su integridad física corre peligro. En esos casos excepcionales deberá consignar en su nota la circunstancia en la que obtuvo su información.

Son normas para el manejo de materiales periodísticos, las siguientes:

- a) Es deseable que las notas y otros materiales de información contengan el crédito de su autor o autores. Esto incluye a las fotografías y otros materiales gráficos.
- b) Firmar sus notas es un derecho de los informadores. Sin embargo, no están obligados a hacerlo cuando una nota haya sufrido alteraciones de fondo y que no sean resultado de un acuerdo previo con su editor.
- c) Los titulares o los avisos deben corresponder al contenido de una información.
- d) En las entrevistas, preguntar es un derecho del entrevistador y responder, o dejar de hacerlo, una prerrogativa del entrevistado. Es cuestionable la práctica de hacer escamio del entrevistado que se niega a contestar a una pregunta. Si la negativa a responder es considerada como noticiosa se deberá señalar claramente en qué circunstancia y, específicamente, ante qué pregunta ocurrió.

Deberá especificarse cuando haya acuerdo con el entrevistado para eliminar alguna porción del diálogo, o cuando éste haya participado en la revisión o edición de la nota que dé cuenta de sus respuestas.

Deberá evitarse implicar respuestas en las preguntas. Asimismo, habrá de informarse con toda claridad cuándo la alusión a un acontecimiento, o a una

persona, es hecha por el entrevistado y, cuándo, por el entrevistador o por otra persona presente en la conversación.

Deberá indicarse si una entrevista fue concertada con fines periodísticos o si se trata de una rueda de prensa, o cuando se trate de un encuentro casual.

Las declaraciones deben publicarse de manera textual, de preferencia entrecomilladas. Cuando el informador haga un resumen, éste debe aparecer claramente como tal. Esta norma se aplica también a la transcripción de documentos.

- e) Cuando se citen datos de una encuesta, o de un trabajo estadístico, deberá hacerse de la manera más completa y representativa posible y citando la fuente o los autores. Habrá de distinguirse entre datos finales y parciales, así como entre hipótesis y conclusiones. Es recomendable que se dé cuenta de aspectos metodológicos (dimensiones y confiabilidad de una muestra, alcances y limitaciones de una estadística, etcétera).*
- f) Las imágenes que acompañen a una información y que sean presentadas como parte del mismo asunto deberán corresponder al hecho del cual se informa, o a la nota a la cual ilustran. Se deberá evitar que sugieran un contenido distinto que pudiera tergiversar la información a la cual respaldan o acompañan. Si no son imágenes originales se deberá hacer la aclaración correspondiente.*
- g) Las imágenes alteradas por cualquier procedimiento (por ejemplo, la digitalización electrónica) nunca deberán ser presentadas como si fueran reales. Cualquier alteración, retoque o manipulación que implique el cambio del sentido original de una imagen deberá ser advertida con toda claridad. En ningún caso se deberá dejar la impresión de que una imagen alterada, o virtual, es real. Lo mismo cabe para los sonidos o cualquier otra forma de transmisión de mensajes.*
- h) En las informaciones es deseable que se proporcionen hechos, no interpretaciones ni adjetivos.*

- i) *Es preciso distinguir, siempre, entre información y opinión. El comentario y el análisis deben ser identificados como tales, en espacios y con formatos específicos.*
- j) *La publicidad y la propaganda, de carácter comercial o político, deben poder ser distinguidas de las informaciones o los espacios de análisis propios de cada medio de comunicación. Es preciso que se indique cuando una nota, gacetilla, inserción o cualquier otro género de material se publica o se transmite en virtud de un acuerdo comercial.*
- k) *El material proveniente de especulaciones no debe confundirse con la información de hechos ya ocurridos o inminentes. Se deben distinguir las suposiciones de los hechos.*
- l) *La astrología, el ocultismo, la predicción de la suerte y otros métodos o prácticas similares deben ser presentadas como tales y no confundirse con la información que es resultado del trabajo periodístico. Tampoco deben ser confundidas con mensajes de carácter científico.*

Es inaceptable el plagio, entendido como la atribución, como propia, del material escrito, gráfico o de cualquier índole, elaborado por otro informador, o por otro autor, o tomado de otro medio de comunicación de manera completa o parcial.

Si, por descuido o irresponsabilidad, un informador o un medio de comunicación incurrieran en plagio, deberán hacer la rectificación correspondiente -aclarando la fuente original de la información o del material periodístico incorrectamente publicado- en cuanto adviertan o se les haga advertir esa falta.⁶²

Las anteriores pautas de conducta son establecidas a partir de la conveniencia de reforzar la confiabilidad y la identificación de la sociedad mexicana con sus medios de comunicación. Desde luego, para cumplir con las mismas, se hace

⁶² CAREAGA, Octavio M. Código de Ética para los Medios de Comunicación. FCE. México. 1997, pp. 128 y ss.

indispensable una verdadera participación, así como la supervisión adecuada de las autoridades competentes. Por otra parte, no se pretende que tales normas sustituyan el cumplimiento de las leyes que en materia de comunicación, y en otros órdenes, sancionan el desempeño de los medios, así como de sus propietarios, directivos, administradores y trabajadores, pero sí pueden complementarlas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Si los mexicanos hubieran tenido un gobierno más exigente, y una sociedad más reclamante también. La falta de contexto crítico respecto de Televisa así como de TV Azteca, hubiera cambiado, de haber tenido una situación diferente, no se tendría el panorama existente, es decir, que toda la televisión comercial sea bipolio de dos empresa y de dos familias.

Por otra parte, cabe destacar que hasta 1996, por primera vez en su historia, Televisa tuvo que hacer frente a la competencia comercial con TV Azteca. Y se desató la guerra de los ratings, los insultos y las demandas. No la de la calidad.

De la competencia entre televisoras se pasó al escándalo, al show, a la violencia verbal. Los televidentes fueron testigos de que lo más importante no eran ellos mismos, sino defendersu negocio, un mercado de millones de anunciantes y al mismo tiempo un espacio de negociación política.

En la disputa, TV Azteca logró penetrar en rubros antes impensables como las telenovelas, donde su contrincante parecía moverse a sus anchas. Sobre el particular, cabe destacar que en México, el teleauditorio "telenovero", ya sea por su idiosincracia, idealismo, por sus limitaciones económicas y culturales y básicamente por su ignorancia, las más de las veces, no sólo busca un medio de entretenimiento, sino que se involucra de tal manera en la trama de las telenovelas, que verdaderamente sufre, se angustia e incluso se deprime con las situaciones que a lo

largo de la telenovela le corresponde vivir a sus héroes. Situación que es aprovechada por las televisoras para explotar este aspecto del público televidente mediante historias llenas de dramatismo barato, mal llevadas y pésimamente actuadas, donde los protagonistas lo mismo pueden ser asesinos que rateros, o bien explotadores de mujeres.

En general, la programación transmitida por las dos televisoras, normalmente atenta, como ya se dijo con anterioridad, contra costumbres, tradiciones, educación y cultura de los mexicanos; por lo que, la misma, debe ser sancionada social y jurídicamente, por las autoridades competentes.

Por lo expuesto, en este último capítulo se lleva a cabo un análisis de la situación jurídica de la televisión en México.

4.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y JURÍDICA DE LAS DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

De acuerdo con los resultados de la investigación y como se mencionó en el punto 2.2.1, las dependencias con atribuciones jurídicas y legitimadas para actuar contra los actos atentatorios contra los intereses de la sociedad por parte de las empresas televisivas: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Educación Pública y Secretaría de Salud.

4.1.1 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

En el caso particular de las televisoras comerciales se requiere concesión y en las televisoras restantes, no comerciales, un permiso, de donde surge el hecho de que el Sistema Nacional de Televisión de acuerdo con la autorización que emita la Secretaría de Comunicaciones y Transportes está constituido por televisoras concesionadas y permisionadas (sic), lo correcto para estas últimas es permitidas.

Según datos de la Dirección General de Normas de Sistemas de Difusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), en 1998 existían 897 estaciones televisoras, de las cuales 457 eran concesionadas, es decir de tipo comercial excluyendo las estaciones por cable.

De acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión la mencionada Secretaría tiene ciertas responsabilidades de vital importancia, dado que como se señala en su artículo 4º, "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."

Adicionalmente se destaca que la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

- II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales. (Ley Federal de Radio y Televisión, Art. 5º)

Adicionalmente se exige que la programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de Radio y Televisión deberá:

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

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

La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta Ley. (Artículo 59 Bis, Ley Federal de Radio y Televisión)

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

De acuerdo con la misma Ley Federal de Radio y Televisión no se podrán transmitir:

- I. Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o al orden público;
- II. Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario, con la citada Secretaría.

4.1.2 SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Respecto a la Secretaría de Gobernación, la LFRT, dispone que la retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrán hacerse con la

previa autorización de la Secretaría de Gobernación. En el caso de programas para niños deberá cumplirse con lo establecido en el artículo 59 bis de la Ley. (Art. 65).

La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

- I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;
- II. No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;
- III. No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades;
- IV. No deberá hacer, en la programación referida por el artículo 59 bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.

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

Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento,

prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Sólo podrá hacerse propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, cuando éstos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de las operaciones que realicen deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda.

Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

Para los efectos de la fracción II del artículo 5º de la presente ley independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva. (Artículo 72, LFRT)

Como una obligación se determina que las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación

diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria, información sobre acontecimientos de carácter político social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales.

Serán responsables personalmente de las infracciones que se cometan en las transmisiones de radio y televisión, quienes en forma directa o indirecta las preparen o transmitan.

La inspección y vigilancia la cubrirán las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación, con personal a su cargo.

Constituyen infracciones a la Ley en comento:

- I. Las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz y al orden público;
- II. No prestar los servicios de interés nacional previstos en esta Ley, por parte de los concesionarios o permisionarios;
- III. La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IV. La alteración sustancial por los locutores de los textos de boletines o informaciones proporcionados por el Gobierno, con carácter oficial para su

transmisión; asimismo, la emisión no autorizada de los textos de anuncios o propaganda comerciales que requieran previamente la aprobación oficial;

- V. Utilizar los servicios de locutores, cronistas o comentaristas que carezcan de certificado de aptitud;
- VI. Iniciar las transmisiones sin la previa inspección técnica de las instalaciones;
- VII. No suprimir las perturbaciones o interferencias que causen a las emisiones de otra difusora en el plazo que al efecto les haya fijado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- VIII. Modificar las instalaciones sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IX. La violación a lo dispuesto en el artículo 46;
- X. No cumplir con la obligación que les impone el artículo 59 de esta Ley;
- XI. La falta de cumplimiento a cualquiera de las obligaciones contenidas en el artículo 60 de la Ley;
- XII. No encadenar una emisora cuando se trate de transmitir las informaciones a que se refiere el artículo 62;
- XIII. La desobediencia a cualquiera de las prohibiciones que para la correcta programación prevé el artículo 63 de la Ley;
- XIV. La violación a lo dispuesto por el artículo 64 de esta Ley;
- XV. Contravenir lo dispuesto por cualquiera de las tres fracciones del artículo 67 de la Ley;

- XVI. Contravenir las disposiciones que, en defensa de la salud pública, establece el artículo 68 de la Ley;
- XVII. Realizar propaganda o anuncios en contravención al artículo 70;
- XXIII. Faltar a lo que dispone el artículo 75 en relación con el uso del idioma nacional;
- XIX. La violación a lo dispuesto en el artículo 78;
- XX. No acatar las observaciones que haga la Secretaría de Gobernación en los términos del artículo 97;
- XXI. No acatar las órdenes o no respetar las características de las autorizaciones que sobre transmisiones formule la Secretaría de Gobernación;
- XXII. No transmitir los programas que el Estado ordene en el tiempo cuyo uso le corresponde en los términos de esta Ley u otros ordenamientos;
- XXIII. Operar o explotar estaciones de radiodifusión, sin contar con la previa concesión o permiso del Ejecutivo Federal; y
- XXIV. Las demás infracciones que se originen del incumplimiento de esta Ley. (Artículo 101, Ley Federal de Radio y Televisión)

Las sanciones dispuestas por las infracciones anteriores son:

- Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII, XIII, XXI, XXII y XXIII del artículo 101 de esta Ley.

- Se impondrá multa de quinientos a cinco mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX 7 y XXIV del mismo artículo 101. (Artículo 104, Ley Federal de Radio y Televisión)

Para la fijación del monto de las sanciones pecuniarias que resulten aplicables los importes mínimo y máximo establecidos se convertirán a días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal y Área Metropolitana, a razón de un día por cada diez pesos, teniendo en cuenta la fecha en que se cometió la infracción.

En las infracciones a que se refiere el Artículo 104, la multa mínima será de veinte días de salario mínimo.

En todo caso, la sanción se aplicará en consideración a la gravedad de la falta y a la capacidad económica del infractor.

Es evidente que existe una violación permanente a la Ley Federal de Radio y Televisión y que el organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que funge como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores, simple y llanamente falta a sus responsabilidades dado que tiene las siguientes atribuciones:

- I. Coordinar las actividades a que se refiere la Ley;
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;

- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;
- V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y televisión;
- VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

Debe agregarse que el artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal entre las atribuciones que otorga a la Secretaría de Gobernación se encuentran las siguientes:

"...XX. Promover la producción cinematográfica, de radio y televisión y la industria editorial; vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público; y dirigir y coordinar la administración de las estaciones radiodifusoras y televisoras pertenecientes al Ejecutivo Federal, con exclusión de las que dependan de otras Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos;

XXI. Reglamentar, autorizar y vigilar el juego, las apuestas, las loterías y rifas, en los términos de las leyes relativas;...

XXXII. Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, y las relaciones con los medios masivos de información;

XXXIII. Orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las Dependencias del Sector Público Federal;..."

4.1.3 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

Respecto a la Secretaría de Educación Pública, la Ley Federal de Radio y Televisión le señala las siguientes atribuciones con respecto a las transmisiones televisivas:

- I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- II Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico:
- III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión.
- IV. Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil.
- V. Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- VI. Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participen en las transmisiones;

VII. Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción V, a fin de que imponga las sanciones correspondientes; y

VIII. Las demás que le confiera la Ley.

Es decir su función es detectar las violaciones que se cometan con relación a sus atribuciones y reportarlas a la Secretaría de Gobernación, lo cual convierte a esta última dependencia en un cuerpo meta-jurisdiccional.

Adicionalmente, también le corresponde entre otros, promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión, así como promover las transmisiones de programas de interés cultural y cívico.

Ahora bien, al analizar la programación televisiva en general, es evidente que las dependencias a las que atañe la supervisión y sanción de ésta, de ninguna manera cumplen su cometido. Mientras tanto ambas, televisoras continúan en una lucha tenaz por alcanzar su único objetivo: un mayor enriquecimiento, sin importarles que hábitos personales y familiares estén sufriendo las consecuencias de su infame programación.

4.1.4 SECRETARÍA DE SALUD

Es responsabilidad de la Secretaría de Salud, autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina, promover y organizar la orientación social a favor de la salud del pueblo.

La participación de la Secretaría de Salud se restringe a:

- I. Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas,
- II. Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o curación de enfermedades.
- III. Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.
- IV. Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones, y
- V. Las demás facultades que le confiera la Ley.

Sin embargo la Ley Federal de Radio y Televisión no es explícita en cuanto a qué tipo de sanciones puede y debe aplicar a las empresas televisivas.

Es evidente que existe una violación permanente a la Ley Federal de Radio y Televisión y que el organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que funge como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores, simple y llanamente falta a sus responsabilidades dado que tiene las siguientes atribuciones:

- I. Coordinar las actividades a que se refiere la Ley;
- II. Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;

- III. Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal;
- IV. Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;
- V. Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y televisión;
- VI. Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

Debe agregarse que el artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal entre las atribuciones que otorga a la Secretaría de Gobernación se encuentran las siguientes:

- XX. Promover la producción cinematográfica, de radio y televisión y la industria editorial; vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público; y dirigir y coordinar la administración de las estaciones radiodifusoras y televisoras pertenecientes al Ejecutivo Federal, con exclusión de las que dependan de otras Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos;
- XXI. Reglamentar, autorizar y vigilar el juego, las apuestas, las loterías y rifas, en los términos de las leyes relativas;
- XXXII. Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal, y las relaciones con los medios masivos de información;
- XXXIII. Orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las Dependencias del Sector Público Federal;..."

De esta forma las transmisiones antisociales de la televisión, así como las rifas que actualmente realizan las televisoras, cobrando 20 pesos por cada participante, vía telefónica, deben ser frenadas por la Secretaría de Gobernación dado que de no hacerlo sus funcionarios están incurriendo en una responsabilidad administrativa.

Hasta aquí es posible detectar un conjunto de fallas, de violaciones y de infracciones en las que se conjugan las responsabilidades tanto de las empresas televisivas, como de los servidores públicos de las dependencias de la administración pública federal, el fundamento legal del régimen de responsabilidades administrativas de los servidores públicos se encuentra en los artículos 109, fracción III, 113 y 114, párrafo tercero, de la Carta Magna, así como la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos antes mencionada, en su título tercero.

4.2 RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA

El objeto del susodicho régimen de responsabilidades administrativas es el salvaguardar la legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad, y eficiencia en el desempeño de las funciones, empleos, cargos y comisiones, públicos.

Lógicamente los sujetos de esta responsabilidad son los servidores públicos, tradicionalmente han sido denominados funcionarios y empleados públicos, ahora se elimina esa distinción y con el nuevo término de "servidores públicos" se pretende imprimir una nueva mística de servicio a la sociedad, por tal se debe entender, de

acuerdo con el artículo 108 constitucional, los representantes de elección popular, los miembros de los poderes judiciales Federal y del Distrito, funcionario, empleados y en general toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en la administración pública federal o en el Distrito Federal, también son responsables por violaciones a la Constitución y leyes federales, los gobernadores, diputados y magistrados de los tribunales superiores de los estados, pero en ese caso la responsabilidad no sería administrativa, sino política o penal, en cambio, el presidente de la República sólo puede ser acusado por traición a la patria y delitos graves del orden común.

El artículo 2º de la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos añade a todas aquellas personas que manejen o apliquen recursos económicos federales. Disposición que además de mencionar sujetos no incluidos por la ley suprema puede resultar peligrosa, ya que supuestamente se pueden reclamar a particulares responsabilidades que son propias de los funcionarios y empleados públicos, más aún que existen responsabilidades civiles y penales en las que pueden incurrir dichos particulares. Sin embargo, el artículo 46 de la ley mencionada señala que incurren en responsabilidad administrativa los servidores públicos a que se refiere el artículo 2º, esto se interpreta como que las personas particulares que manejen o apliquen los recursos federales, no siendo servidores públicos, no se les podrá exigir responsabilidad administrativa.

4.2.1 CASOS DE PROCEDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA

Las causas por las cuales se puede exigir responsabilidad administrativa a un servidor público por actos u omisiones que atenten contra la legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad y eficiencia en su cargo, están señaladas fundamentalmente en el artículo 47 de la ley citada.

Contra dicho precepto, en lo general, se puede hacer dos tipos de crítica, una formal y otra de fondo. La primera: el artículo 47, el capítulo I del título tercero de la Ley, así como el artículo 113 constitucional, plantean dichas causas de responsabilidad de manera positiva y las denominan obligaciones de los servidores públicos. Ahora bien, todas las normas del derecho público establecen, de una u otra forma, obligaciones a los funcionarios y empleados públicos, obligaciones que tienden a salvaguardar la legalidad, honradez, lealtad, entre otros, por lo cual habrá que precisar que en un artículo de esta ley no se puedan comprender esas obligaciones, por ello se debió calificar simplemente como causas de responsabilidad administrativa.

Por otro lado, la poco afortunada frase con que se termina el primer párrafo del artículo 47, dice y sin perjuicio de los derechos laborales previstos así como de las normas específicas que al respecto rijan en el servicio de las fuerzas armadas. Hasta donde se sabe, las normas del derecho militar, en absoluto establecen derechos laborales para los servidores públicos en general. Quizá se trató de decir que cuando un servidor público incurra en responsabilidad administrativa, se conservaría sus derechos laborales, tales como antigüedad, jubilación, pensión, entre otros.

Las 24 fracciones del artículo 47 han sido redactadas en forma tan vaga y genérica que las autoridades encargadas de aplicarlas se ven dotadas de amplísimas facultades discrecionales que les permitirán sancionar, prácticamente sin una razón de peso, a cualquier servidor público. Por ejemplo, ¿qué se debe entender por máxima diligencia, buena conducta o debidas reglas de trato? Se concluye que se debe reformar ese artículo para precisar su contenido.

Por otro lado, se han confundido las facultades disciplinarias de los superiores respecto a los inferiores, o dicho en otras palabras, entre la responsabilidad disciplinaria y la responsabilidad patrimonial de los servidores públicos, sin embargo persiste la irresponsabilidad patrimonial del Estado frente a los particulares, aunque en la Ley ésta sí se establezca respecto de los servidores públicos hacia el Estado. En síntesis, confunden dos cuestiones que deben ser tratados por separado (disciplina y responsabilidad patrimonial), además de que se deja en desamparo a los particulares.

Las 24 causas a que hace referencia el artículo 47 en resumen son:

1. Falta de diligencia
2. Ilegalidad al formular y ejecutar planes, programas y presupuestos.
3. Desvío de recursos, facultades e información.
4. Descuido de documentos e información.
5. Mala conducta y faltas de respeto con el público.
6. Agravios o abusos con los inferiores.
7. Falta de respeto a un superior o insubordinación.
8. El no informar al superior del incumplimiento de obligaciones y de las dudas fundadas que tuviese sobre la procedencia de las órdenes que recibe.
9. Ejercer funciones que no le correspondan.

10. Autorizar a un inferior a faltar más de 15 días seguidos o 30 discontinuos en un año.
11. Ejercer otro cargo incompatible.
12. Invertir en el nombramiento de una persona inhabilitada.
13. No excusarse cuando tenga impedimento.
14. No informar al superior de la imposibilidad de excusarse cuando tenga impedimento.
15. Recibir donativos de personas cuyos intereses esté afectando.
16. Pretender obtener beneficios extras de su remuneración.
17. Intervenir en la designación de una persona sobre la que tenga interés personal.
18. No presentar su declaración de bienes.
19. Desatender las órdenes de la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo.
20. No informar al superior de la inobservancia de las obligaciones de sus subalternos.
21. Incumplimiento de cualquier disposición jurídica.
22. Cumplir con todas las disposiciones jurídicas relacionadas en el servicio público.
23. Otorgar o autorizar perdidas a otros servidores públicos o a las sociedades de las que formen parte o a quienes estén inhabilitados.
24. Las demás que impongan las leyes.

Particularmente se visualizan los siguientes problemas:

En la fracción III se habla de las facultades que se hayan atribuido al servidor público y la información reservada a la que tenga acceso, las cuales igualmente deben ser destinadas a los fines a que están afectas. En la fracción IV se vuelve a mencionar la información confidencial, sin precisar tampoco qué se debe entender por tal y en consecuencia, en un momento podría existir alguna contradicción con derecho a la información que consagra el artículo sexto constitucional.

La fracción IX señala que es causa de responsabilidad administrativa el ejercer funciones cuando ya se perdió el carácter de servidor público, pero en ese caso se incurre en un delito, precisamente el de ejercicio indebido de funciones (artículo 214 del Código Penal). Lo propio puede decirse de la fracción XV que se refiere al delito de cohecho. Ambas son inconstitucionales, pues de acuerdo con el artículo 109, fracción II, de la Constitución, la comisión de delitos, por parte de cualquier servidor público, será perseguida y sancionada en los términos de la legislación penal, y la ley que se comenta no es de tal naturaleza, o violatorias del principio *non bis in idem* que consagra el artículo 23 constitucional.

Los temas de excusas e impedimentos, contenidos en las fracciones XIII y XIV, están redactados de forma tan imprecisa, que se debe remitir a las normas que sobre el particular existen en el Código Federal de Procedimientos Civiles.

A este listado habrá que agregar lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 50, así como en el artículo 59, el primero se refiere a cuando el servidor público inhiba a un particular de presentar una queja o denuncia o con motivo de ello realice cualquier conducta injusta, frase poco afortunada, ¿quién juzgará de la justicia, para todo caso se juzgará la legalidad o ilegalidad?. Por otro lado, el artículo 59 se refiere a los empleados de las contralorías internas que se abstengan injustificadamente de aplicar una sanción o no se ajusten a lo previsto en la Ley.

4.2.2 SANCIÓN

El aspecto relacionado con las sanciones es tratado por la Ley Federal de los

Servidores Públicos en su capítulo segundo del Título Tercero, así se dispone que las sanciones por falta administrativa consistirán en:

- I. Apercibimiento privado o público;
- II. Amonestación privada o pública;
- III. Suspensión;
- IV. Destitución del puesto;
- V. Sanción económica, e
- VI. Inhabilitación temporal para desempeñar empleos, cargos o comisiones en el servicio público.

Cuando la inhabilitación se imponga como consecuencia de un acto u omisión que implique lucro o cause daños y perjuicios, será de un año hasta diez años si el monto de aquellos no excede de doscientas veces el salario mínimo mensual vigente en el Distrito Federal, y de diez a veinte años si excede de dicho límite. Este último plazo de inhabilitación también será aplicable por conductas graves de los servidores públicos.

Para que una persona que hubiere sido inhabilitada en los términos de ley por un plazo mayor de diez años, pueda volver a desempeñar un empleo, cargo o comisión en el servicio público una vez transcurrido el plazo de la inhabilitación impuesta, se requerirá que el titular de la dependencia o entidad a la que pretenda ingresar, dé aviso a la Secretaría, en forma razonada y justificada, de tal circunstancia.

La contravención a lo dispuesto por el párrafo que antecede será causa de responsabilidad administrativa en los términos de esta Ley, quedando sin efectos el

nombramiento o contrato que en su caso se haya realizado.

Las sanciones administrativas se impondrán tomando en cuenta los siguientes elementos:

- I. La gravedad de la responsabilidad en que se incurra y la conveniencia de suprimir prácticas que infrinjan, en cualquier forma, las disposiciones de esta Ley o las que se dicten con base en ella;

- II. Las circunstancias socioeconómicas del servidor público;
 - El nivel jerárquico, los antecedentes y las condiciones del infractor;
 - Las condiciones exteriores y los medios de ejecución;
 - La antigüedad del servicio;
 - La reincidencia en el incumplimiento de obligaciones, y
 - El monto del beneficio, daño o perjuicio económicos derivado del incumplimiento de obligaciones.

En caso de aplicación de sanciones económicas por beneficios obtenidos y daños y perjuicios causados por incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 47, se aplicarán dos tantos del lucro obtenido y de los daños y perjuicios causados.

Las sanciones económicas establecidas se pagarán una vez determinadas en cantidad líquida, en su equivalencia en salarios mínimos vigentes al día de su pago, conforme al siguiente procedimiento:

- I. La sanción económica impuesta se dividirá entre la cantidad líquida que corresponda y el salario mínimo mensual vigente en el Distrito Federal al día de su imposición, y
- II. El cociente se multiplicará por el salario mínimo mensual vigente en el Distrito Federal al día del pago de la sanción.

Para los efectos de la Ley se entiende por salario mínimo mensual, el equivalente a treinta veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal.

Para la aplicación de las sanciones se observarán las siguientes reglas:

- I. El apercibimiento, la amonestación y la suspensión del empleo, cargo o comisión por un período no menor de tres días ni mayor de tres meses, serán aplicables por el superior jerárquico;
- II. La destitución del empleo, cargo o comisión de los servidores públicos, se demandará por el superior jerárquico de acuerdo con los procedimientos consecuentes con la naturaleza de la relación y en los términos de las leyes respectivas;
- III. La suspensión del empleo, cargo o comisión durante el periodo al que se refiere la fracción 1, y la destitución de los servidores públicos de confianza, se aplicarán por el superior jerárquico;
- IV. La Secretaría promoverá los procedimientos a que hacen referencia las fracciones II y III, demandando la destitución del servidor público responsable o procediendo a la suspensión de éste cuando el superior jerárquico no lo haga. En este caso, la Secretaría desahogará el procedimiento y exhibirá las constancias respectivas al superior jerárquico;

V. La inhabilitación para desempeñar un empleo, cargo o comisión en el servicio público, será aplicable por resolución que dicte la autoridad competente, y

VI. Las sanciones económicas serán aplicadas por la contraloría interna de la dependencia o entidad.

La dependencia y la Secretaría, en los ámbitos de sus respectivas competencias, podrán abstenerse de sancionar al infractor, por una sola vez, cuando lo estimen pertinente, justificando la causa de la abstención, siempre que se trate de hechos que no revistan gravedad ni constituyan delito, cuando lo ameriten los antecedentes y circunstancias del infractor y el daño causado por éste no exceda de cien veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal.

4.3 PROPUESTA DE REFORMAS A LOS ARTÍCULOS 3°, 6° Y 7° CONSTITUCIONALES

Una vez analizado el marco jurídico afecto a los medios de comunicación, dentro del cual se desenvuelve lógicamente la televisión, se concluye que la situación que actualmente favorece a las empresas televisivas para cometer irresponsabilidades en sus acciones podría subsanarse mediante reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y obviamente, como consecuencia a todo el marco jurídico secundario.

Ante estas circunstancias, es pertinente realizar sencillas reformas o adiciones a los artículos tercero, sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tales modificaciones son las detalladas a continuación:

Artículo Tercero Constitucional. *(el texto en negrillas corresponde a la adición propuesta)*

DEBERÁ DECIR:

"Todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado —Federación, Estados y Municipios— impartirá educación preescolar, primaria y secundaria. La educación primaria y la secundaria son obligatorias.

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

- I. Garantizada por el artículo 24 la libertad de creencias, dicha educación será laica y, por tanto, se mantendrá por completo ajena a cualquier doctrina religiosa;

- II. El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

Además:

- a) Será democrática, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;

- b) Será nacional, en cuanto —sin hostilidades ni exclusivismos— atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y

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

b) Obtener previamente, en cada caso, la autorización expresa del poder público, en los términos que establezca la ley;

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

VIII. El Congreso de la Unión, con el fin de unificar y coordinar la educación en toda la República, expedirá las leyes necesarias, destinadas a distribuir la función social educativa entre la Federación, los Estados y los Municipios, a fijar las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público y a señalar las sanciones aplicables a los funcionarios que no cumplan o no hagan cumplir las disposiciones relativas, lo mismo que a todos aquellos que las infrinjan.

IX. Como un complemento para fortalecer el espíritu que norma a la educación pública, tanto las radiodifusoras como las empresas televisivas que transmitan por el espacio abierto nacional, deberán ajustar su programación y el contenido de los programas a lo dispuesto por las fracciones I y II del presente artículo, cualquier violación al respecto, implicará la cancelación de la autorización, además de las sanciones que establezca la legislación correspondiente.

Por otra parte, el actual artículo 6º constitucional cita que:

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

DEBERÁ DECIR:

"La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado, para el efecto se creará una Comisión verificadora de medios de difusión que supervisará las transmisiones radiofónicas y televisivas de sistema abierto, dependiente del Ejecutivo Federal, la cual coadyuvará a que estas se apeguen estrictamente a la verdad.

Asimismo, el actual artículo 7º constitucional expresa:

"Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

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

derecho a la información establecido en artículo 6° de esta Constitución a las empresas relacionadas con los medios de difusión masiva, tanto impresos como de transmisión abierta por ondas magnéticas o electrónicas.

DEBERÁ DECIR:

"Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos. **Se excluye, en defensa del derecho a la información establecido en el artículo 6° de esta Constitución a las empresas relacionadas con los medios de difusión masiva, tanto impresos como de transmisión abierta por ondas magnéticas o electrónicas quienes se apegarán a la veracidad y confiabilidad de su información.**

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de investigación, se concluye que:

PRIMERA: La televisión representa indudablemente, el medio que mayor impacto tiene en la sociedad en virtud de la penetración que tiene en los hogares mexicanos. Es conveniente destacar que si tanto autoridades como empresarios y obviamente los propietarios de las televisoras dieran a este medio su inobjetable valor, respecto a la influencia que ejerce en el auditorio televisivo; ésta por supuesto, orientada al reforzamiento de valores sociales y patrones de conducta; sin temor a equivocarme, los mexicanos tendríamos otra concepción de nuestra cultura, esto es, de nuestras tradiciones, costumbres e idioma, entre otros, es decir aprecio, respeto y amor por lo nuestro. Incluida, obviamente, nuestra nación. Lamentablemente no es así, la televisión es utilizada como un medio de control social y actúa, generalmente, en forma negativa sobre la sociedad de nuestro tiempo.

SEGUNDA: Por otra parte, la legislación que regula a las televisoras resulta obsoleta, permitiendo su monopolio en manos de empresarios privados, lo cual ha originado que dicha legislación sea rebasada. Así, la carencia de instrumentos adecuados y la nula aplicación de las normas vigentes, propician, que la empresa concesionaria de la televisión mexicana cree, como se menciona en la introducción de

este trabajo, un estado dentro del Estado, y un imperio de ignorancia hacia la sociedad mexicana.

En este contexto, se puede afirmar, que lamentablemente las televisoras existentes en el país --Televisa como TV Azteca--, están muy lejos de ser una alternativa de entretenimiento, educación y cultura dentro de los medios de comunicación, que se caracterice por su interés en el desarrollo y formación de los niños y jóvenes mexicanos. Cabe enfatizar que particularmente, en el contexto de la globalización, en el que la competencia por los mercados se presenta a nivel mundial y está determinada por la capacidad intelectual de los individuos, la televisión no es una opción que coadyuve a la formación de los futuros hombres de México.

TERCERA: Para lograr lo expuesto, se requiere que el Estado a través de las autoridades competentes, ejerza una verdadera supervisión y exija a las televisoras invertir en lo que ahora se conoce como "capital humano", sobre todo si se considera el hecho de que las mismas son de propiedad privada. Y ya es tiempo de que particularmente, TELEVISIA retribuya a la sociedad mexicana, con algo de lo que tanto ésta, como el Estado, le han dado.

Es importante mencionar, que diversos estudios en la materia, destacan que los propietarios de las empresas televisivas, así como las autoridades encargadas de vigilar el cumplimiento de las disposiciones sobre el particular, deberían, de forma autónoma y moral, intentar un auto-examen correctivo, que les permita adoptar

medidas generosas a favor de la población, y, sobre todo de la población joven. Situación casi imposible, pues si ponemos los pies en la "tierra", resulta evidente que a los propietarios de las televisoras lo único que les interesa es el lucro millonario, sin importar a costas de qué y de quién sea.

CUARTA: Por esta razón es imperioso que los legisladores del país con capacidad para reformar y ejercer las leyes, analicen seria y responsablemente, la trascendencia que representa para el país y sus ciudadanos, el manejo arbitrario, abusivo e irresponsable de las televisoras, dentro del cual, evidentemente están involucrados empresarios y políticos que lógicamente están de acuerdo (y si no lo están, lo disimulan bastante bien) con los propietarios de las televisoras por así convenir a sus propios intereses. Por lo que los legisladores, deben ser conscientes de la responsabilidad social que tienen para mejorar, desarrollar y poner en práctica las leyes conducentes.

QUINTA: Asimismo, resulta importante destacar que las deficiencias de la actual Ley Federal de Radio y Televisión son manifiestas, sencillamente, no es acorde con lo que sucede en la televisión; basta considerar las concesiones y favoritismos que lo único que propician es un monopolio absoluto del medio. Por lo tanto, es impostergable la reforma a los artículos tercero, sexto y séptimo constitucionales, a fin de lograr un mejor desarrollo de la televisión en México a través de una programación dirigida a seres pensantes, que contribuya al engrandecimiento no sólo de los hombres, sino de la propia nación.

BIBLIOGRAFÍA

- BERLO, David K. El Proceso de la Comunicación. El Ateneo. México, 1992.
- BOHMAN, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Alianza. México, 1998.
- BOHMANN, Karin. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. Alianza. México, 1991.
- CAREAGA, Octavio M. Código de Ética para los Medios de Comunicación. FCE. MÉXICO, 1997.
- CASTAÑEDA CORREA, Fausto. Los efectos nocivos de la televisión en la sociedad. FCE. México, 1999.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. Información Colectiva y Poder en México. México, 1975.
- FLEUR, M.L. de, Teorías de la Comunicación Masiva. Piados. Argentina, 1990.
- BERLO, David K. El Proceso de la Comunicación. El Ateneo. México, 1982.
- GARCÍA SILBERMAN, Sarah y Luciana Ramos Lira. Medios de Comunicación y Violencia. FCE. México, 1998.
- MADRAZO, Jorge. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. México, 1995.

MARÍN SERRANO, Manuel. Teoría de la Comunicación. UNAM. México, 1991.

MCQUAIL, Dennis. Comunicación. Longman. EE. UU., 1995.

MORIN, Edgard. La Industria de la Información. Gilli. España, 1997.

Pardinas, Felipe. Manual de Comunicación Social. Edicol. México, 1978.

PASQUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Avila. Venezuela, 1972.

RICCI BITTI, Pío E. et al. La Comunicación como Proceso Social. Grijalbo. México, 1990.

SCHILLER, Herbert. La apropiación corporativa de la expresión pública. Cultura, S.A. México. Universidad de Guadalajara, 1993.

SCHRAM, Wilbur. Investigación de Comunicación Humana. Roble. México, 1975.

SERRANO, Manuel M. Teoría de la Comunicación. UNAM. México, 1991.

SINCLAIR, John. Latin American Television: A Global Review. OXFORD. Oxford University Press, 1999.

TARRONI, Evelina. Comunicación de Masas: Perspectivas y Métodos. Gilli. España, 1998.

TOUSSAINT, Florence. Televisión sin fronteras. México. Siglo XXI Editores, 1998.

VILLAGRÁN, Carlos. Crítica Epistemológica a la Ciencia de la Comunicación.

UNAM, México, 1992.

WRIGHT, Charles. Comunicación de Masas. Bruguera. España, 1986.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis. El Concepto de Información. Roble. España, 1993.

FUENTES LEGALES:

ANDRADE SÁNCHEZ, Eduardo. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. México, 1995.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley Federal de Radio y Televisión

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos

Ley Federal del Trabajo

RABASA, Emilio O y Gloria Caballero. Mexicano: ésta es tu Constitución. Miguel Ángel Porrúa. México, 2000.

SÁNCHEZ BRINGAS, Enrique. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Comentada. UNAM. Porrúa, México, 1995.

TENA RAMÍREZ, Felipe. Derecho constitucional mexicano, Porrúa. México, 1997.

HEMEROGRAFÍA:

AVENDAÑO Y CABAÑAS DÍAZ. Excélsior. 23 de abril de 1982.

CORRO, Salvador. "Televisa confirma; son suyos ya 62 nuevos canales de televisión". Proceso. México. No. 847, 25 de enero de 1993.

El Financiero. 18 y 21 de junio de 1996.

La Jornada. 24 de septiembre de 1994.

Ovaciones. 1° de julio de 1996.

PROCESO. 22 de junio de 1997.

PROCESO. México. No. 1044, 3 de noviembre de 1996.

PROCESO. No. 108, 20 de abril de 1997.

PUIG, Carlos. "El emporio construido por Emilio Azcárraga en México sí tuvo reveses...en el extranjero". PROCESO. No. 1068, 20 de abril de 1997.

PUIG, Carlos; "Azcárraga Jean: Yo soy empresario". PROCESO. México; 16 de marzo de 1997.