



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE DERECHO**

**ANALISIS SOCIOJURIDICO DE LOS MEDIOS  
MASIVOS DE COMUNICACION**

**TESIS**

Que para obtener el título de :

**LICENCIADO EN DERECHO**

Presenta :

**MONICA SALUD ALVAREZ RODRIGUEZ**

**México, D. F.**



**1985**

**FACULTAD DE DERECHO  
COORDINACION DE EXAMENES  
PROFESIONALES**



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

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

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

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

# I N D I C E

INTRODUCCION ----- I

## CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMU  
NICACION.

- A) La Prensa
- B) Radio
- C) Cinematógrafo
- D) Televisión
- E) Comentarios Generales Sobre Estos Medios - 1

## CAPITULO II

ANTECEDENTES LEGISLATIVOS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE CO  
MUNICACION.

- A) Legislación de los Medios Masivos de Co-  
municación y de la Publicidad en México -- 17

## CAPITULO III

IMPACTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION DESDE EL  
PUNTO DE VISTA:

- A) Sociológico
- B) Político

C) Económico	
D) Ideológico	----- 29

CAPITULO IV

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y LA EDUCACION.

A) Carácter de la Educación en la Sociedad Burguesa	
B) La Educación y la Preparación de Cuadros Que Requiere la Burguesía	
C) Educación, Ideología Burguesa y Medios - de Comunicación	----- 67

CONCLUSIONES	----- 81
--------------	----------

BIBLIOGRAFIA	----- 84
--------------	----------

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

Estando conciente de que la sociedad contemporánea evoluciona por caminos difíciles, convulsionada, debilitada, con tendencias a una enajenación completa de la realidad social y ante éste panorama nada optimista para el futuro de la humanidad, los Medios Masivos de Comunicación desempeñan un papel fundamental, para formar parte de la superestructura del sistema económico de producción dominante en el mundo occidental, que ha puesto en peligro la supervivencia del género humano.

Se convierte imperativo para todo México, actuar con responsabilidad ante el fenómeno de la transculturación que presenta contenidos imperialistas, manifestándose éste fenómeno particularmente y con mayor relevancia en la Frontera Norte de México y después de luego en todo el país.

Comprendiendo que no podemos permanecer indiferentes ante las circunstancias que se viven, he decidido elaborar el presente trabajo relativo a los Medios Masivos de Comunicación.

La elección responde a una inquietud motivada por la poca importancia que la Sociedad Mexicana da a éste aspecto tan sobresaliente, en su manera de ser, de comportarse y en su manera de vivir.

Comprendiendo perfectamente bien que éste es un tema bastante profundo, no creo abordarlo en toda su amplitud, pero si estoy convencida que la recopilación, información e investigación obtenida servirá para dar claridad de lo que representan los Medios Masivos de Comunicación en nuestro desarrollo cultural.

## C A P I T U L O    I' .

### ANTECEDENTES HISTORICOS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

#### A).- LA PRENSA

Desde que Juan Gutemberg crea el sistema del tipo movil para la Imprenta se dió un paso gigantesco en el desarrollo de la comunicaci3n (informaci3n)y, consecuentemente en el acrecentamiento cultural de las masas; porque a partir de entonces - fue accesible a ellas la enorme gama de conocimientos que hasta ese momento fue el patrimonio exclusivo de los eruditos o de los poderosos que acaparaban todo el saber humano en documentos inaccesibles a las mayorías.

Este paso trascendental no se operó de inmediato puesto que el reciente descubrimiento sirvió a los intereses particulares de los sempiternos grupos dominantes que se sirvieron de él para sus propios fines, como por ejemplo, el clero, ya que es bien sabido que lo primero que se dió a la imprenta fue la Biblia y otras obras de tipo religioso.

Fueron los humanistas quienes imbuidos de la necesidad de transmitir el contenido de conocimientos científicos, literarios, artísticos, etc. utilizaron la imprenta para hacer llegar multiples conocimientos y los avances de la investigaciones de su época, es decir, así fue como la imprenta se puso al servicio de la inteligencia no ya sólo al del dogma y del credo religioso.

Los rasgos culturales básicos que, combinados más tarde, habrían de dar origen al período de masas, existían ya en épocas remotas: El periódico moderno combina elementos que se hallaban presentes en diversas sociedades, en distintas épocas históricas. Ya antes del nacimiento de Cristo, los romanos fijaban - carteles con noticias (llamados Acta Diurna) en los lugares pú--

blicos. En China y Corea se imprimía sobre papel con tipos móviles varios siglos antes que en Europa. En el siglo XVI, tiempo después de que la imprenta fuera introducida en éste último Continente, el Gobierno de Venecia editó un pequeño periódico que costaba una gazzetta (nombre de una moneda) el uso de la palabra gazzetta para denominar periódicos ha sobrevivido hasta nuestros días. Una versión más aproximada de lo que hoy entendemos por periódico apareció en Alemania a comienzos del siglo XVII. Los estudios de la historia del periodismo sostienen que muchas de las características del periódico moderno, tales como los editoriales, los artículos sobre deportes, las ilustraciones, los comentarios sobre política y hasta las historietas, vieron la luz en un lado u otro mucho tiempo antes de que surgiera una verdadera prensa de masas.

La imprenta llegó a Inglaterra a fines del siglo XV, pero sólo en 1621, es decir, casi un siglo y medio más tarde, -- aparecieron los antecesores del periódico actual: se les llamó corantos. Contenían primordialmente noticias del extranjero y no se publicaban con regularidad, a diferencia de los periódicos -- propiamente dichos, que aparecieron más tarde. La publicación de los corantos fue desde un comienzo reglamentada con estrictez -- por el gobierno. En general en el siglo XVII todo tipo de publicación impresa fue sometida a regulación estricta o al menos se le intentó. Una de las partes que pueden percibirse en la historia del periodismo, es que en las sociedades con gobiernos centrales fuertes, una empresa no regimentada se desarrolla sólo lentamente. En los lugares en que la autoridad central es débil, la prensa se halla sometida a menos controles y progresa más rápidamente. En términos generales, cuando más necesita un gobierno contar con una opinión pública favorable, más dispuesto se muestra a apoyar la libertad de prensa. Allí donde el hombre corriente -- desempeña un papel significativo en la determinación de su propio destino político, la difusión de noticias y de opiniones políticas constituye un proceso importante.

En las monarquías absolutistas, lo mismo que en las so ci da de s con otras formas de gobierno altamente centralizado, no es necesaria la discusión pública de los problemas cuya solución debería estar en manos de una ciudadanía adecuadamente informa-- da.

La larga lucha tendiente a afirmar el principal princi pio de la libertad de prensa se libró en una época caracterizada por la declinación de las viejas mano ar qu ías feudales y el surgi m ie nto de nuevos conceptos sobre demo cr a ci a política. Este cam-- bio paulatino y complejo engendró tradiciones period íst ic as que desde un principio convirtió a los peri ód ic os en tribuna pública de debates, protestas partidarias y comentarios políticos. Cuando se produjo el advenimiento de los otros medios de comunica--- ción, tal transformación política ya se había cumplido en los sus t an ci al, y ni el cinematógrafo ni la radio, ni la televisión, de s ar roll ar on el profundo interés por la política que desde hace - tanto tiempo caracteriza a la prensa.

No es por demás significar la extraordinaria labor de difusión cultural llevada a cabo por los Enciclopedistas de la - Revolución Francesa, utilizando de la mejor manera ese maravillo so instrumento como lo es la ya mencionada imprenta.

Con la conquista llegó a América, a México, específica mente este instrumento de inapreciable valor, que como es natu-- ral fue empleado para cubrir la necesidades de las clases domi nan tes, tantos años como duró la colonia.

Más así como en Francia la letra de molde tuvo una in flu encia determinante; en la lucha de la Nueva España por lograr su emancipación iniciada por el Padre Hidalgo, aparecen ya, los primeros panfletos, las primeras hojas sueltas y los primeros pe ri ód ic os que orientaban al pueblo acerca del movimiento, de la - lucha y sus propósitos, las finalidades de la Insurgencia.

Precisamente en éste renglón no pudo pasarse por alto



la extraordinaria actuación de Andrés Quintana Roo ilustre literato yucateco que colaboró en el *Ilustrador Americano* y después en el *Seminario Patriótico*, quien fue el redactor del Manifiesto de 1813 en el Congreso, explicó al pueblo de los grandes acontecimientos en marcha. (1)

Igualmente la Constitución de Apatzingan del 22 de octubre de 1814 fue obra suya y de Don Carlos María Bustamante.

La prensa, en el desarrollo de los pueblos ha sido el azote de los tiranos y de los regímenes corrompidos y así en --- nuestro ámbito aparecen el *Imparcial* y el *Hijo del Ahuizote* entre otros más que fueron una permanente y dura espinas para el Porfiriato.

Por su parte, los periódicos publicados por el oaxaqueño Ricardo Flores Magón, "*Regeneración*" que vio la luz en los *Estados Unidos*, así como el semanario *El Demócrata* en sus épocas - de estudiante, junto con sus compañeros de grupo que manifestaban así su repudio al régimen imperante.

Igualmente, el manifiesto que lanzó el Partido Liberal Mexicano del que Flores Magón era el presidente, documento que fue en realidad el detonante de la lucha armada en México.

En forma breve se ha realizado una sencilla reseña de como ha ido evolucionando el Periodismo en México y ha que clases ha servido.

En distintas ciudades del país han aparecido publicaciones con diversas tendencias y con específicas finalidades, -- como ejemplo de lo expuesto, se señala con el año de 1975 el señor López Bueno editó la *Gaceta del Real Tribunal Consulado* en la Ciudad de Veracruz, esa fue la primera imprenta que hubo en -

(1) DICCIONARIO BIOGRAFICO Y DE HISTORIA DE MEXICO. pp. 67-69.

las Provincias de la Nueva España, aún cuando en la capital ya había otras. Su publicación sólo atendía a las necesidades de la Institución por lo que su contenido se refería en exclusiva a asuntos mercantiles y esporádicas noticias llegadas de España o de la propia Colonia.

Lamentablemente este órgano de difusión tan importante precisamente por su alto valor de penetración ha caído en manos de la clase dominante en turno y de los intereses que representan y se le utiliza para lanzar alabanzas y formar el coro de aplausos en que se ahoga la voz de la muchedumbre cada vez más desesperada.

El gran número de revistas cuyo contenido es en un porcentaje muy elevado, altamente pornográfico, que estimulan el vicio o introducen usos y costumbres por completo ajenas a nuestra idiosincracia y a nuestra forma de ser, exhibiendo héroes falsos que se mueven en los estratos más sucios de la sociedad y que desgraciadamente llegan a constituir el modelo de hombre a que aspiran llegar nuestros niños y jóvenes, contrariando los esfuerzos educativos que se realizan en las escuelas y en el hogar.

#### B) RADIO-

En 1865 J. Clark Maxwell fomentó matemáticamente las leyes de la electricidad y magnetismo y predijo la existencia de la ondas de radio, el físico alemán Heinrich Hertz realizó la primera demostración experimental probando que las rápidas variaciones de la corriente eléctrica pueden ser proyectables en forma de ondas similares a las de la luz y el calor ya que sólo se diferencian en frecuencia y longitud de onda.

Gugliemo Marconi ingeniero italiano de gran sentido práctico, transmitió señales de radio a corta distancia en --- 1895 y a principios de siglo dirigió pruebas transatlánticas -

con éxito. Algunas estaciones de radio fueron consecuencia del funcionamiento experimental que se remonta a 1912, el 15 de septiembre de 1921, la W B Z obtuvo en E.E.U.U. la primera licencia para estación comercial en el mundo y generalmente se considera a 1922 como el año del inicio en firme de la radio en todo el orbe.

En México, el 9 de octubre de 1921, el ingeniero Constantino de Tárnava emitió lo que puede ser considerado el primer programa de radio en México.

Los primeros ensayos de transmisión a distancia realizados en 1844 con el científico estadounidense Samuel Morse, a través del teléfono de su invención las aportaciones de las ondas descubiertas por el físico alemán Hertz en 1887, que abrieron la posibilidad de la transmisión de la voz humana a grandes distancias; y el inventor italiano Marconi, que en 1897 permitió la transmisión de sonidos simples, hicieron posible que, en éste primer cuarto de siglo, se produjeran los avances decisivos que condujeron al desarrollo de la radiofonía.

En 1915, en los Estados Unidos se llevó a cabo la primera transmisión intercontinental. En el año de 1920 la K D A, estableció el primer servicio regular desde Pittsburgh, informando del triunfo electoral del Presidente Harding.

Con el descubrimiento de la onda corta la transmisión a distancia se vió facilitada y, en 1936 con las aportaciones de Armstrong en relación con el principio de la frecuencia modulada, se acentuó la fidelidad de las transmisiones. Todas éstas aportaciones han hecho posible que los grandes progresos de la radiofonía se hayan producido espectacularmente en los últimos años como lo demuestran los radios de pila portátiles y la instalación de satélites artificiales de comunicación.

### C) CINEMATOGRAFO

El cine es al arte e industria de la película de movimiento que una serie de fotograffas (cuadros o fotogramas) se toman en una película continua y al ser proyectadas sobre una pantalla en sucesión rápida produce la ilusión óptica del movimiento. Tanto en Europa como en los Estados Unidos se habían hecho - antes de terminar el siglo XIX muchos inventos, experimentos para captar fotográficamente el movimiento, en 1893 Tomás Edison - inventó una cámara con rollo de película y para ver ésta, un aparato llamado cinetoscopio, al cual se asomaba el espectador. En Francia los hermanos Louwis Auguste Luniere inventaron en 1895 - el cinematógrafo.

La sala cinematográfica lugar privilegiado del intercambio y el consumo del cine, puede considerarse como:

- Una empresa comercial
- Una entidad de servicio
- Un espacio de comunicación y, ante todo como,
- Una institución ecológico-cultural, punto de intersección de múltiples y complejos mecanismos sociales, económicos y políticos.

Los antecedentes históricos del cinematógrafo se remontan tan tan lejos, por lo menos, como los de la prensa de masas. Los rasgos culturales tecnológicos que en su momento se habrían de -- cambiar para dar origen al cinematógrafo fueron creados y perfeccionados como subproductos de varios adelantos científicos que - no tenían que ver mucho con él. Aunque, indudablemente pueden señalarse excepciones los hombres que habrían de convertirse en -- precursores del cinematógrafo tenían escaso interés en desarro---llar un medio que permitiera entretener al público. Mucho más -- les interesaba descubrir cosas tales como los principios físicos que gobiernan la refracción de la luz, el fundamento nervioso de la visión humana, o la forma en que se percibe la ilusión del mo

vimiento. A todo lo largo de éste proceso de inventos y mejoras se manifestó un gran interés popular potencial por un medio de entretenimiento basado en la proyección de imágenes.

Podemos señalar un agudo contraste entre el desarrollo del cinematógrafo y el de la prensa, el comercialismo y el partidismo político son características que estuvieron claramente vinculadas con la prensa tanto en los comienzos de ésta, como posteriormente. Cuando los periódicos hallaron en las sociedades capitalistas democráticas, una estructura financiera viable, ésta siempre se basó en la posibilidad comercial. Y aunque la prensa entendió de diversos modos según las épocas su relación con los asuntos políticos, siempre los consideró dentro de la esfera de sus responsabilidades en lo concerniente a la información y el análisis, cuando no a la acción procelista. El cinematógrafo en cambio, nunca tuvo una relación que no fuera marginal con la publicidad comercial en sentido estricto. Además, aunque las películas cinematográficas tratan ocasionalmente temas de gran significación social o político, por lo general no son utilizadas para defender abiertamente ideologías políticas.

Sólo quedaba un obstáculo por salvar antes de que varios elementos pudieran combinarse para dar origen al complejo cultural del cinematógrafo como forma de comunicación masiva. - El desarrollo de la fotografía en general, y en particular el de las técnicas que permitieran captar rápidamente imágenes seriadas de objetos en movimiento, continuaban siendo requisitos previos. El arte fotográfico se difundió por doquier, se produjo una rápida difusión de la fotografía como innovación cultural. El paso de la fotografía inmóvil a una que produjera la ilusión del movimiento no era algo imposible a la imaginación del ciudadano corriente. La tecnología de la captación de imágenes se perfeccionó cada vez más.

Se inició con bandas documentales y objetivas como - las de Plumiere, la salida de las fábricas, el desayuno del bebé y la vida de un bombero americano y otras, con el cine principia el culto a las estrellas presentando figuras grotescas, - payasos y monstruos sagrados a base de mímica y figuras animadas de alto valor pedagógicos, Méliér transformó la expresión - mecánica en melodrama que giran alrededor del amo hazañas históricas y sketches cómicos nutriendo el espectáculo popular.

Las primeras películas sonoras aparecieron en 1927 -- dando lugar a la creación en documentos más fieles y cercanos a la realidad. El sonido aumento la posibilidad de expresión del lenguaje cinematográfico y aparecen las comedias musicales, el cine de espionaje o los héroes nacionales del oeste, después se convirtió en testimonio de la sociedad y de la época en que los produjo.

Este como muchos medios de comunicación masiva no pudo evitar la voracidad del comercio transformándolo en objeto - de industria usándolo para vender concepciones y maneras de vivir, convirtiendo al espectador en un simple consumidor. Como - espectáculo, como documental científico y de investigación tiene grandes alcances debido a sus bastos recursos, además es un poderoso medio didáctico capaz de transformar las costumbres.

Una faceta importante del cine es el que corresponde a las fases de las figuras animadas cuyo valor didáctico no se puede discutir ya que la técnica depurada que se emplea en -- ellas llena la función específica del audiovisual.

La televisión del tubo fotoeléctrico y de los altavoces, hizo posible la síntesis de sonido y visión, así como su - transmisión inalámbrica.

#### D) TELEVISION

La televisión es la culminación del proceso de la técnica de la telecomunicación. La industria de la radio y televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas modulación, amplitud o frecuencia, televisión o fasímile.

Los inicios de la televisión se derivan de diversos estudios iniciados por Nipkow a fines del siglo XIX y que culminaron al patentar un disco registrador para transmitir imágenes -- por radio. Jenkins realiza asimismo estudios sobre la materia a partir de 1890. Rignou y Fournier hicieron experimentos de televisión en Francia durante la primera década de nuestro siglo.

Para 1917 existían ya 17 estaciones experimentales de televisión, incluso la primera estación móvil experimental se -- en dicho año. En 1928 la primera estación televisora que funcionó en el mundo fue instalada por la General Electric en Echenectadu New York con las siglas W G Y y transmitía sin sonido. En 1939 el Milwaukee Journal presentó la primera solicitud para transmitir programas sobre una base comercial. En 1941 una comisión -- creada por el gobierno de los E.E.U.U. para estudiar el proceso de radiodifusión autorizó la televisión comercial a partir del 1° de julio de ese mismo año.

En México en 1945, el inventor de bulbos electrónicos, Leedeforest, vino a México y conoció los trabajos de Guillermo -- González Camarena, quien había colaborado en los fallidos intentos de la X E F C y continuaba experimentando, ese mismo año se presentó la primera cámara de televisión construida en México.

El 7 de diciembre de 1946 fue inaugurada la primera estación televisora del país en el laboratorio experimental instalado en la calle de Havre # 74 del Distrito Federal.

Como se ve la televisión, como medio de comunicación, no fue producto del esfuerzo de un sólo hombre, es el resultado de muchas investigaciones. Así, a mediados del siglo pasado, - Alexander Baing construyó un transmisor y receptor de imágenes, un cuarto de siglo después, Garey ideó el principio de convertir la luz en energía eléctrica, que es el principio básico de la televisión.

Con todos éstos antecedentes y después de muchos esfuerzos, el escocés Jonh Baird efectuó en 1925, en Londres, los primeros experimentos de transmisión y recepción de imágenes en movimiento.

Al fin de la Segunda Guerra Mundial, la industria norteamericana se lanzó al desarrollo masivo de la televisión de - 1948, en los E.E.U.U. había ya 200 estaciones de televisión y - un millón de aparatos receptores.

En México la televisión se inició en el año de 1946 - que fue inaugurada la primera estación televisora. La primera - transmisión solo pudo ser captada por 60 aparatos receptores -- que, entonces había en ésta ciudad.

En 1967 operaban en el Distrito Federal 3 estaciones emisoras y el número de aparatos en poder del público ascendía a más de un millón. Esto es, existían 25 aparatos por cada mil habitantes de ellos en el, en el D.F. funcionaban el 60% y el 40% restante en el interior del país.

Actualmente en la República Mexicana se cuenta con 8 millones de aparatos de T.V. y con 70 estaciones. Como se puede observar, la televisión es el medio de comunicación más reciente; pero a pesar de su corta existencia se ha extendido con --- gran rapidez en millones de ejemplares sólo le sigue la histo--rieta, en todos su géneros y clases.



La imagen de T.V. es fuente de interés y participación es capaz de materializar realidades abstractas. Es un medio que actualiza y permite difundir información de la forma -- más general, efectiva y uniforme.

Cuando la T.V. es una novedad la gente la ve por más tiempo; conforme se habitúa a ella, disminuye su permanencia ante el aparato.

Leo Bogart indica que en U S A los telespectadores - que poseen televisor disminuyen desde hace varios años. Dumazediert señala lo mismo en Francia e indica que la mayoría de los franceses ven la T.V. 16 horas semanales; es decir un poco más de dos y media horas diarias. En U S A según Meyersohn, el americano tiene un promedio de 18 horas semanales ante las cámaras, en México el promedio es mucho más elevado que en los países anteriores.

Según estudios realizados en España, se puede decir - que la audiencia de T.V. es tanto mayor cuanto más elevado es - el estatus económico del individuo, cuanto más elevado es la - población donde vive y cuanto más joven es.

La extensión galopante de T.V. ha dejado a un lado la atención prestada a la radio, sin embargo, la radiodifusión ha tenido un papel esencial en los últimos cuarenta años y todavía hoy es el medio de comunicación más común de cualquier país

La radio y la T.V. tienen interferencia competitiva; la proporción mayor de oyentes de radio se da entre los que no ven televisión. Sin embargo, hay una tendencia a ver en cada medio distintos programas y así, si en la T.V. se ven las noticias, en la radio se escucha la música o algún otro programa.

Los medios aparecen solidarios a largo plazo. La audiencia de la radio tiende a irse polarizando en torno a los --

programas musicales y a las noticias. Por esto, en todo el mundo, las radiodifusoras están conscientes de su nueva situación y establecen una programación adecuada a lo largo del día.

#### E) COMENTARIOS GENERALES SOBRE ESTOS MEDIOS

A comienzos de la década de 1950 la penetración de la radio en los hogares de los E.E.U.U. había alcanzado el punto de saturación, con aparatos adicionales distribuidos en forma general en los automóviles. Se dió la penetración múltiple en la forma de aparatos de radio para dormitorios y cocinetas, y un número creciente de aparatos transistorizados en miniatura. Hacia el fin de la época de 1950 y el principio de la de 1960 la televisión comenzaba a aproximarse a ese punto de saturación. La comunicación de masas se había convertido en uno de los hechos más significativos e insoslayables de la vida moderna.

La mayor parte de los dispositivos empleados en la comunicación, que ahora desempeñan un papel importante en nuestras actividades diarias, considerados con referencia al extenso lapso de la vida social y cultural del hombre, sólo han estado con nosotros durante un instante brevísimo. No debe sorprender entonces que no nos encontremos aún preparados para una declaración final sobre el impacto de nuestra sociedad. Estos cambios se han producido muy fácil y gradualmente para la mayor parte de nosotros. Se les dió la bienvenida en su forma de diario con lectura interesante y fácil, o cajas maravillosas en nuestras salas de estar que más entretienen, divierten e informan. Estos artefactos, que invadieron nuestro hogar, representan un tipo de revolución en la comunicación, un conjunto de rápidos cambios tecnológicos único en la historia de la humanidad. Cada uno de estos medios ha aumentado la disponibilidad diaria total de oportunidades para utilizar el lenguaje que posee el ciudadano corriente.

La llegada del periódico, el receptor de radio o el -

televisor al hogar del hombre común representa un cambio tecnológico que tiene, para la persona corriente mayor importancia - que los más grandes logros de los Estados Unidos en las fronteras de la ciencia. Con satélites y vehículos espaciales desplazándose por el espacio, corremos el riesgo de perder de vista - el hecho de que éstos logros sólo afecten de modo relativo las actividades diarias de rutina de la mayoría de los individuos.- El televisor instalado en nuestra sala de estar es en cambio un dispositivo tecnológico de influencia inmediata y directa.

Si bien los estudios de las ciencias sociales no han llegado a una plena comprensión del impacto total de éstos medios sobre los aspectos psicológicos, morales, económicos, políticos, creativos, culturales o educacionales de la vida del hombre común, han comenzado a acumular un avance de observaciones como punto de la observación que ha de ayudar cada vez más a entender éstos problemas, el adelanto de las ciencias sociales como disciplina que se valen de procedimientos cuantitativos y de la lógica científica, así como el desarrollo de los medios masivos mismos, han tenido lugar, principalmente durante los últimos 30 años. En este corto período, un número limitado de sociólogos, psicólogos y otros investigadores se han especializado - en el estudio objetivo del papel que desempeñan los medios masivos en nuestra sociedad. Se puede confiar en que las generalizaciones resultantes de ésta investigación permitirán una comprensión más completa de la relación entre los medios masivos y las sociedades dentro de las cuales operan.

Al evaluar ésta revolución en las comunicaciones, los estudios de la comunicación de masas han responsabilizado a los diferentes medios de comunicación de masas de:

1).- Reducir el nivel de los gustos culturales del público.

2).- Aumentar la tasa de delincuencia.

- 3).- Contribuir a un deterioro moral general.
- 4).- Inducir a las masas a la superficialidad política.
- 5).- Suprimir la creatividad.

Esto constituye una lista condenatoria y, si los artefactos aparentemente inocentes de nuestra sala de estar son en realidad culpables de influencias tan monstruosas, deben ser -- consideradas con alarma. El problema está en que los voceros de los puntos de vista opuestos dicen que nuestros periódicos, radios, televisores, etc. no son artificios incidiosos del mal si no en realidad fieles servidores y aún salvadores en cuanto:

- I).- Ponen de manifiesto el pecado y la corrupción.
- II).- Actúan como guardianes de la preciosa libertad de palabra.
- III).- Llevan cierta cultura a millones de individuos por vez primera.

IV).- Proporcionan entretenimiento diario inofensivo a las masas cansadas que constituyen la fuerza de trabajo industrial y urbano.

V).- Nos informan acerca de los acontecimientos que tienen lugar en el mundo, y

VI).- Enriquecen nuestro nivel de vida por su insistencia inexorable en que compremos y consumamos productos que -- ayudan a nuestra economía.

De esta manera se dan las controversias respecto a -- los medios de comunicación.

Tratemos de integrar lo que se conoce acerca de la -- naturaleza del acto comunicativo.

¿Podemos suponer que las formas definitivas de la comunicación de masas han sido adoptadas e inventadas?. Si el pasado constituye una precaria guía para el futuro, la respuesta

es un no enfático. Ninguna industria parecía más segura ni ningún medio más omnipresente de la radio hacia el final de la década de 1930 y principios de la de 1940. Otro tanto puede decirse de la poderosa industria cinematográfica. Antes del advenimiento de la televisión, estos dos medios parecían inexpugnables. Pero cuando la televisión se difundió rápidamente durante la década de 1950, los medios más antiguos se encontraron con auditorios que declinaban y con graves problemas económicos. En las décadas siguientes, la revolución en las comunicaciones había de desarrollarse con un ritmo cada vez más rápido (esto sucedió en la sociedad estadounidense). El principio sociológico de que el ritmo de invención de una sociedad aumenta en progresión geométrica mientras que la base de su cultura tecnológica lo hace aritméticamente, indica que nuestros actuales televisores, radios portátiles transistorizados y películas superespectaculares pronto parecerán obsoletas, si bien no se pueden predecir las formas exactas de los futuros medios de comunicación, parece inevitable concluir que ellas habrán de llegar.

## C A P I T U L O    I I

### ANTECEDENTES LEGISLATIVOS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

#### A) LEGISLACION DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y DE LA PUBLICIDAD EN MEXICO.

Al referirnos a la situación jurídica de los medios masivos de comunicación, la consideramos como un derecho subjetivo que tiene la población para estar debidamente informada, y mejorar su educación asimismo acrecentar su nivel cultural para poder alcanzar mejores condiciones de vida.

Con la presencia de los medios de comunicación de masas en la vida económica, política y cultural de los pueblos, - surgió la necesidad de elaborar normas jurídicas y disposiciones de diversa índole para regular su correcto funcionamiento. Debemos admitir que la legislación jurídica de nuestro país, -- que reglamenta los medios masivos de comunicación sólo queda en muy buenos propósitos, ya que tal parece que existen obstáculos expofeso que permiten las violaciones a la mencionada ley, específicamente en el campo de la publicidad. Es importante analizar la Ley Federal de la Radio y la Televisión para poder valorar sus limitaciones y su fuerza jurídica y por consecuencia poder encontrar elementos sólidos para poder exigir su estricta aplicación.

La radio y la televisión tienen que realizar una función eminentemente social de primera importancia, ya que proporciona información, y a través de ellas está en contacto con la realidad social que determinará la conciencia social de nuestro pueblo.

El derecho a la información está señalado en los artículos 6° y 7° de nuestra Constitución Política vigente. "El artículo 6° expresa que la manifestación de ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el ca

so de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoqu algún delito, o perturbe el Orden Público, el derecho a la información se verá garantizado por el Estado. El artículo 7° -- constitucional señala 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 límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito".(2)

El pensamiento humano utiliza los más diversos medios de difusión para lograr el entendimiento entre los hombres pero suele suceder que esos medios utilizados para la difusión de -- las ideas, conceptos e imágenes llevan contenidos tendenciosos y que solamente sirven efectivamente a los intereses de la clase social que tiene el poder de emplearlos recibiendo el auxilio del avance científico y tecnológico. Es por ello que es necesario reglamentar con bases legales, la información que se recibirá y lograr elevar el nivel cultural de las clases sociales inferiores .

"Nuestro país, paraíso de los legisladores cuenta con muchas leyes, que regulan directa o indirectamente el funcionamiento de la actividad publicitaria y de los medios de comunicación.

Los más importantes son: Ley Federal de Radio y Televisión; Código Sanitario de los Estados Unidos Mexicanos 1954; Ley Federal de Juegos y Sorteos 1974; Reglamento de Productos de Perfumería y Artículos de Belleza 1960; Ley Federal de Dere-

(2) CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. Ediciones Andrade. México, 1983. p.p. 4.1 y 4.2

chos de Autor 1963; Reglamento de Medicamentos 1960; Reglamento de Publicidad Exterior 1944; Código de Etica Publicitaria - (No oficial)" (3)

Según los momentos históricos por los que atraviere un pueblo surgirá inevitablemente la obligatoriedad de hacer reformas políticas y la Ley Federal de la Radio y la Televisión no ha sido la excepción; algunas organizaciones políticas han presentado proyectos de reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión con el fin de controlar la publicidad, pero sólo ha quedado en buenos deseos, teóricamente algo se hace, podemos mencionar una de esas reformas, el "acuerdo publicado en el Diario Oficial de la federación el día 15 de enero de 1981, por el cual se crea el Comité Mixto Consultivo de la Publicidad de Alimentos Bebidas y Medicamentos. Interviniendo en ese acuerdo las autoridades de la Secretaría de Salubridad y Asistencia y los representantes monopolistas de la radio y la televisión, obligandoseles la participación del pueblo, argumentando que la publicidad es cuestión que atañe al Estado y al Sector Privado. El acuerdo menciona en el inciso 1 del artículo 3° que entre las facultades de estricto carácter consultivo, el Comité tendrá la facultad de recomendar reformas a la Legislación Sanitaria en lo concerniente a la publicidad de alimentos, bebidas y medicamentos.

Es decir, la recomendación de reformas a la publicidad de bebidas alcohólicas, entre otras, descansa ahora, legalmente, en la alta burocracia de la Secretaría de Salubridad y Asistencia y en los representantes de fabricantes, publicistas y vendedores de bebidas alcohólicas" (4)

(3) BERNAL SAHAGUN, VICTOR M. Anatomía de la Publicidad. Ed. - Nuestro Tiempo. México, 1980 p.p. 182-184

(4) MENENDEZ RODRIGUEZ, MARIO Revista Semanal Independiente Número 7 por Esto. México, 1981. p.p. 38-40.



Como se puede comprender con la formación de este Comité Mixto Consultivo en el cual no intervienen representantes de las clases populares, dependerá por convicción los intereses económicos de la burguesía.

Existen otras disposiciones, reglamentos y varias normas con carácter jurídico referentes al tema de exposición y -- creo que tiene importancia mencionarlas, y diré que son las siguientes:

Ley de la Industria Cinematográfica; Ley de las Vías Generales de Comunicación; Acuerdo Presidencial por el cual la Subsecretaría de Radio Difusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes será el órgano auxiliar del Secretario del ramo, en el despacho de los asuntos que en materia de difusión -- sea competencia de dicha Secretaría de Estado; Decreto Presidencial que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para que ejecute el Plan y los proyectos de la televisión -- rural del Gobierno Federal.

Acuerdo Presidencial por el cual se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos Títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión; Acuerdo Presidencial por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los -- concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago del impuesto que se indica en algunas modalidades; --- Acuerdo Presidencial por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que -- dispone el Estado en la radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales; Decreto Presidencial por el que la Secretaría de -- Educación Pública, a cuyo servicio se encuentra el Canal 11 de la televisión en el Distrito Federal para utilizar éste en la -- transmisión de programas educativos y culturales. Todas las anteriores disposiciones tienen por objeto aprovechar y regular?-

los medios masivos de comunicación en bien del pueblo de México. En el presente trabajo se analizará y comentarán los artículos - de la Ley Federal de Radio y Televisión que más y con mayor frecuencia son violados por parte de los propietarios de los medios masivos de comunicación, poniéndose de manifiesto la poca consistencia de la legislación y el carácter agresivo de la publicidad.

Artículo 1° de la Ley Federal de Radio y la Televisión, este ordenamiento jurídico tiene estrecha vinculación con el artículo 42 Constitucional, que señala las partes que integran el Territorio Nacional, incluyendo su espacio territorial, cuyo dominio corresponde a la Nación, y en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas.

Dicho dominio es inalienable e imprescriptible. Aunque corresponda a la Nación Mexicana el dominio directo de su espacio territorial es muy común percibir ondas electromagnéticas que corresponden a otras Naciones, invadiendo el espacio que solo corresponde a los mexicanos.

Artículo 2° de la Ley Federal de Radio y la Televisión. 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 expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley" (5)

Es decir, que para evitar que la radio y la televisión no distorcionen las informaciones y cumplan con el servicio social correspondiente serán Organismos Oficiales quienes otorguen

(5) PINTO MAZAL, JORGE. Régimen Legal de los medios de Comunicación Colectiva. México, 1977. p. 323.

las concesiones o permisos. El solicitante se dirigirá ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para realizar los -- trámites correspondientes para lograr la concesión o permiso -- acatando lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Ra di o y Te le visi ón. Esta concesión a que hacemos referencia sólo se benefician los interesados en la publicidad, resulta inconce b i b l e que un ciudadano común pueda lograr ese derecho.

"Artículo 3° de la Ley Federal de la Radio y la Tele visi ón. La industria de la radio y la televisión comprende el - aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la ins tal aci ón, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras, por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, te le visi ón, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posi b l e" (6)

Las manifestaciones de violación a éste artículo son similares a lo indicado en los artículos anteriores.

"Artículo 4°. Este artículo indica que la actividad - que realizan la radio y la televisión es de interés público, -- por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el de b ido cumplimiento de su función social" (7)

Infortunadamente esa función social a que se hace referencia no se le da la importancia debida por parte de los due ños de la comunicación masiva, predomina en ellos el interés -- mercantilista.

"Artículo 5°. La radio y la televisión tienen una fun ci ón social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

(6) PINTO MAZAL, JORGE. ob. cit. p.p. 323-324.

(7) PINTO MAZAL, JORGE. ob. cit. p.p. 323-324.

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 internacional." (8)

Es suficiente comprender la radio o la televisión en cualquier momento para darnos cuenta que la publicidad viola és te ordenamiento jurídico, y ésto es sumamente grave, ya que hoy más que nunca se necesita fortalecer el espíritu cívico de los mexicanos. La nula importancia que se concede a éstos artículos por parte de los propietarios de los medios masivos de comunicación obedece a que sus intereses son fundamentalmente proimperialistas.

"El artículo 6° expresa: El ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los Organismos Públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y ética" (9)

Se observa que la promoción de éstos programas a que

(8) PINTO MAZAL, JORGE. ob. cit. p. 323.

(9) PINTO MAZAL, JORGE. ob. cit. p. 324.

se hace mención en este artículo, su atención es insignificante por parte de las instituciones indicadas.

Otro de los artículos cuya violación causa daño a la Nación Mexicana es "el artículo 63 de la Ley Federal de la radio y la televisión que expresa: Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras, imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia y el 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; quedan asimismo prohibido el empleo de recurso de baja comicidad y sonidos ofensivos" (10)

Basta ver la programación de la televisión mexicana para confirmar la poca importancia que se le da a éste artículo; entre los programas violatorios a éste artículo pueden mencionarse los siguientes: Las telenovelas, Siempre en Domingo, el Chavo del 8, el Show del Loco Valdés, que son muestras evidentes de corrupción del lenguaje, así como también las series extranjeras: Combate, los Intocables y otras muchas más.

Otra de las escandalosas violaciones es la que se hace al Código Sanitario donde se asienta que: "La Secretaría de Salubridad y Asistencia prohibirá y evitará la propaganda (publicidad) que engaña al público sobre calidad, origen, pureza, conservación, propiedad y uso de comestibles, bebidas, medicinas, insecticidas, aparatos, útiles e instalaciones sanitarias procedimiento de embellecimiento, prevención o curación de enfermedades.

"No es engañar al público el insistir, campaña tras

(10) BERNAL SAHAGUN, VICTOR M. ob. cit. p. 186.

campana, que el jabón o el producto x va a revelar su belleza escondida, ¿ o decir que usando la brillantina perderá sus complejos y las mujeres lo asediarán; o que tomando el chocolate Z los niños crecerán fuertes y sanos, sin importar su dieta - deficiente? (11).

Ante la realidad que vivimos donde los medios de comunicación masiva sólo pretenden implantar su dominación y -- por otro lado el fenómeno de la transculturación que directa o indirectamente deforma los elementos de nuestra cultura nacional; corresponde fundamentalmente a las Secretarías de Estado: de Gobernación; de Educación Pública; de Comunicaciones y transportes; de Salubridad y asistencia y a otros organismos oficiales implementar lo necesario para contrarrestar esa labor impositiva y negativa que realizan los medios masivos de comunicación.

Pues es verdad que los medios de comunicación desorientan al pueblo por medio de una publicidad extranjerizante, la mayoría de esos medios informativos están al servicio de la clase dominante realizando una inmensa publicidad en favor de sus intereses.

Respecto a la publicidad comercial es agresiva fundamentalmente en la frontera norte ya que los comerciantes de los Estados Unidos inundan a las ciudades mexicanas con sus anuncios publicitarios contando con la complacencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Radio, Televisión y Cinematografía y la Secretaria de Educación Pública.

Incluso, la televisión mexicana no ofrece posibilidades de publicidad a los comerciantes mexicanos, sólo presta

(11) BERNAL SAHAGUN, VICTOR M. ob. cit. p. 184.

tiempo en su programación a los grandes comerciantes extranjeros que vienen a deformar nuestra lengua nacional, contraviniendo el art. 5o fracción III de la Ley Federal de Radio y Televisión, así como el art. 63 de la misma ley. Sus conceptos de los comerciantes extranjeros promovidos por los medios de comunicación de nuestro país son irresponsables porque realizan campañas de desprestigio contra México.

Es necesario transcribir otro de los artículos más-violados de la Ley Federal de Radio y Televisión, nos referimos al "art. 68 que expresa lo siguiente: Las difusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica excedan de 20°, 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 podrá ingerirse aparentemente frente al público los productos que se anuncian" (12).

Es realmente alarmante e inconcebible la falta de respeto hacia las disposiciones legales relacionadas con la publicidad de las bebidas alcohólicas, jamás se ha sabido que las difusoras alternen los anuncios de bebidas alcohólicas con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular tal como lo ordena la ley. De manera insistente se escucha por la radio y se ve en la televisión frases como son las siguientes: "El momento dorado", "Por el placer de ser viejo", "Ya hiciste la prueba del añejo", "La rubia de categoría"; todas estas frases son el antecedente de una investigación psicológica, encontrándose la frustración de los individuos y los deseos de evadirse de la realidad; tomando en-

(12) PINTO MAZAL, JORGE. ob. cit. p. 335, 336.

cuenta estas circunstancias se explotan los sentimientos y an gustias más recónditas de las personas convirtiéndolas en se- res de fácil manipulación psicológica.

La manipulación psicológica a cada instante está -- presente en todos los anuncios, esa acción prácticamente obli ga ala gente al consumo de bebidas alcohólicas y por lo tanto constituye un grave problema social y político para la clase- trabajadora, beneficiandose la burguesía, porque el alcoholis mo obstaculiza el proceso de toma de conciencia y organiza - ción del proletariado.

La manipulación psicológica se ve incrementada en - periodos de festejos de nuestras tradiciones: fiestas de navi dad de fin de año, con el fin de continuar enajenando al pue blo de México, las empresas encargadas de esto son económica - mente poderosas, por ello la publicidad manipuladora no puede ser frenada.

Atendiendo la calidad de la programación televisiva resulta frecuentemente impropia para los niños, convirtiénd o- los en sujetos cautivos de la televisión, porque ésta forma -- parte como elemento indispensable en todos los hogares. Obser vamos que los padres de familia para evitar la responsabili - dad y la formación psicológica de sus hijos, la eluden mandan dolos simplemente a ver la televisión sin darle importancia - al contenido programático que no son propios para la edad in fan- til; recibiendo influencia negativa por la cual se neutra liza la labor de la escuela mexicana.

En necesario delimitar lo que es bien social y lo - que es un fin comercial, acatando esto, debe mantenerse un -- prudente equilibrio entre el anuncio comercial y la programa - ción que concientizará a la sociedad. A pesar que existen dis po- siciones legales para lograr ese objetivo, la televisión y-



oa radio abusan de los anuncios comerciales y dejan muy poco margen para la transmisión de bienes culturales desorientando a la comunidad. Resulta negativo la programación comercial realizada a través de los medios masivos de comunicación de preferencia de productos extranjeros, sin importarle que la ley señala que deberá estimular el consumo de bienes de origen nacional debido a la crisis económica que vive el país.

## C A P I T U L O I I I

### IMPACTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION DESDE EL PUNTO DE VISTA

#### A) SOCIOLOGICO.

1.- Influencia de los Medios Masivos de Comunica --  
ción en la Sociedad.

Se a discutido mucho sobre la influencia que ejer -  
cen en la sociedad los medios de comunicación de masas. Hoy se -  
piensa que estos influyen sobre la audiencia, pero solamente -  
en la dirección en que ésta quiera previamente ir y que, por -  
lo tanto, hay un influjo previo y un reflujo posterior de la  
masa sobre los controladores de los medios de comunicación. --  
Sin embargo, la producción de deseos consumistas, tal como es  
tá articulada en el sistema industrial, deja escaso margen a  
la acción recíproca de los manipulados frente a los manipula -  
dores.

Dentro de la economía moderna no es tanto la capaci -  
dad de producir cuanto las técnicas estimulantes del consumo.  
Las motivaciones del público son hábilmente manipuladas por -  
los expertos de la propaganda y de las relaciones públicas.

La iniciativa de decidir lo que deberá ser produci -  
do no pertenece al consumidor de la gran organización produ -  
tora, que tiende a controlar los mercados a que se supone ha -  
de servir; a adherir compradores a sus programas así influen -  
cia profundamente los valores y las creencias. "La necesidad  
de controlar el comportamiento del consumidor es una exigen -  
cia de la planificación" (13). El objetivo de la manipulación  
de la demanda es asegurar que la gente compre lo que se pro -

(13) ALVAREZ CONSTANTINO HIGILIO. La Magia de los Comics. Colo -  
niza Nuestra Cultura. p. 23.

duzca. Esta manipulación se realiza a través de un complejo aparato que actúa sobre los consumidores. Una pieza importante de este aparato es la industria de la publicidad.

Los efectos sociales de la comunicación masiva son diversos. Dependen de la naturaleza del mensaje y del desarrollo alcanzado por la técnica y arte de su transmisión. Los medios son muy efectivos para el cambio de actitudes en las que los miembros que constituyen no estén comprometidos. Además, en este caso, la técnica y el arte persuasivos audiovisuales están muy desarrollados. Cuando se trata de influir en los gustos intelectuales y estéticos, el efecto es de naturaleza reforzante, más que de cambio, y está mediatizado por factores tales como predisposiciones, filiación a grupos, etc.

La influencia puede ser mayor cuando no existen predisposiciones a reforzar o hay una predisposición al cambio. Es obvio que en estas áreas de influencias no hay ningún esfuerzo de comunicación comparable al de la publicidad. La posibilidad de crear predisposiciones que ensanchen los horizontes intelectuales y estéticos de un pueblo, no puede ser más sugestiva. El arte y las técnicas de la publicidad constituyen un valioso fondo de experiencia para intentarlo. Una sociedad está definida por la comunidad de ciertas vigencias básicas, es decir, que determinan la conducta en sus rasgos generales.

Una vigencia que nos interesa considerar, es la que identifica el nivel de vida con el confort material. Esta vigencia sensibiliza a las gentes frente a la publicidad. ¿Cómo se ha originado esta vigencia?. Existe en el hombre un impulso que le mueve hacia una transformación de su contorno lo que contribuye a enriquecer su vida.

Pero el hombre ha desorbitado este impulso natural--

y en su desarrollo material, desequilibrado está incluso, com-prometiendo a su propia supervivencia. La vigencia de nivel - de vida es un reflejo de la imagen que ha circulado por el -- mundo de la sociedad opulenta, difundida por el cine y, en -- circulo vicioso, por la publicidad. Por fortuna, los mismos - medios de comunicación dan testimonio universal de una nueva actitud que pone en tela de juicio esta vigencia.

## 2.- Impacto de la Publicidad en el ser Humano.

Como la publicidad es un arma muy poderosa de los - industriales capitalias, éstos cada día de perfeccionarla, pa - ra hacerla accionar contra el pueblo mismo de la T.V., radio, periódicos, revistas, cine, etc.. Y es así como el público cae bajo los impactos de la publicidad sin que se pueda defender - y está bajo el yugo de la clase dominante, que harán que se - endeude mas de lo que no tiene y llegue en un momento de su - vida a vender su fuerza de trabajo en los servicios menos re - numerados o más pesados, ya que dicha persona lo único que le interesa es tener un poco de dinero para sobrevivir y pagar - las deudas que tiene por haber hecho caso a la publicidad.

Pero el mal creado por la publicidad no queda ahí - únicamente sino que va más allá del endeudamiento y la baja -- venta de la fuerza de trabajo, pues este mal lo lleva cada dí - a más y más a endeudarse hasta que llega el momento que es -- tanta su desesperación que cree que la salida a su estado es - la embriaguez o la muerte.

Si este camino fuese la salida para los que tienen - ese estado crítico por causa de la publicidad, las cantinas o cementerios estarían excesivamente saturados en nuestros días - e incluso ya no cabrían.

Es por eso, que los dueños de establecimientos de -

los productos lanzados al mercado en un momento exigen un aval o un documento que respalde al endeudamiento de la persona que cae bajo los impactos de la publicidad; y así los capitalistas no pierden la ganancia de la irresponsabilidad del individuo a pagar, pues lo que respalda a la deuda, es una persona o documento que sirve como fiador. Así, muchos endeudados hacen que dar en la miseria a los familiares o amigos porque fueron presa de la publicidad.

Además en esta "sociedad de consumo" la mujer también cumple un papel muy importante, pues es muy influenciada por la publicidad, ya que:

a) Ella es la encargada de distribuir el gasto de un hogar y por lo tanto es la que está más cerca de los productos hogareños familiares, donde se exhiben los productos hay numerosa publicidad y de no saber adquirir el verdadero satisfactor se dejará influenciar por la publicidad.

b) Por su naturaleza de sexo débil y por la costumbre adquirida de lucir vestuario y maquillaje de moda se deja llevar por la publicidad tendenciosa para que adquiera productos no necesarios.

Por otro lado el Capitalista en su afán de seguir a masando grandes sumas de dinero y a la vez seguir protegiendo lo ya obtenido, no se detiene ante nada para lograr su objetivo. Es así como explotan al público por medio de grandes y diversas publicaciones, utilizando todos los medios posibles de comunicación.

La publicidad es un medio de atraer al consumidor - hasta el producto, pero en muy poco beneficia al cliente, pues el que siempre sale ganando es el productor.

La publicidad actúa como una barrera de entrada pa-

ra las nuevas empresas y es además por excelencia la forma para diferenciar los productos.

El industrial que desea lanzar al mercado un producto, debe planear muy bien su proyecto para poder competir con ellos y lograr la aceptación del producto por el público, tener una muy buena publicidad ya que de no ser así, no podrá competir y se hundirá.

La publicidad realizada por empresas ya colocadas en el mercado, puede afectar el carácter de la competencia entre las mismas empresas.

Cuando el producto ya está en el mercado y es una verdadera competencia ( porque el producto tiene mayor demanda), los demás industriales piensan como hacer para combatir a sus contendiente y es cuando dan ofertas o lanzan el producto mejorado. Por eso el que tenga mayor respaldo financiero, será el que mejor dividendo se lleve y así afectará a las demás empresas de la competencia.

La publicidad también afecta la distribución de la demanda y las ventas entre ciertos productos y marcas en un mercado determinado.

Cuando un industrial ve que un producto le hace competencia con ventajas, éste ofrece ofertas aún por debajo del precio de la competencia, lleva pérdidas, pero por un corto tiempo, con el fin de combatir al empresario que le hace la competencia y hacerlo que pierda clientela un área del mercado.

Una vez que lo ha vencido por tener la clientela o ganarle parte del mercado, poco a poco impondrá su voluntad (aumentar el precio, dar menos cantidad o rebajar la calidad) para recuperar y aumentar la inversión hecha.

### a).- La Propaganda.

En la América Latina crece la conciencia sobre la significación diversa de la publicidad, que es una de las exposiciones que caracterizan al capitalismo contemporáneo.

Sobre la publicidad y la propaganda, bien privadas o bien públicas, que muchas veces van conjugadas, haré una breve referencia en las siguientes páginas, aunque sea de manera no muy amplia y profunda; sino resaltando principalmente los puntos que pudieran servir de base para hacer un análisis más minucioso o bien para tener conciencia de uno de los pilares del sistema actual, y señalar ciertas funciones suyas que repercuten en el manejo de la mente del hombre, el cual pierde su carácter primordialmente humano y queda convertido en un objeto, un robot o bien en un número del mercado.

Crear conciencia sobre la publicidad y la propaganda, resulta importante, ya que bombardean continuamente hasta casi aniquilar al hombre de la sociedad capitalista contemporánea; entonces al entender que tanto la publicidad como la propaganda y más bien la forma en que son utilizadas, están llenando en contra de la integridad del hombre-masa, nos enfocamos a la tarea de al menos señalar ciertos puntos de sus límites y sus alcances; de tal manera que se quede abierta la posibilidad de que las mayorías no queden indefensas ante el monstruo multiforme y caprichoso que determinados grupos de poder manipulan para apoderarse del libre albedrío del hombre y volverlo máquina consumista, obteniendo de esta forma más y más poder, en todas sus manifestaciones. Política, Social, Económica, cultural, etc..

Se señala en primer lugar que la publicidad y la propaganda se sostienen en los medios de comunicación modernos: Televisión, Radio, Prensa, Cine, el anuncio exterior y otras-

formas más de comunicación, casi siempre penetrando en las mayorías en forma sutil y encubierta; pero siempre con el objetivo de penetrar profundamente en las conciencias de los homibres-pueblo y abarcando las áreas más recónditas de los países de la órbita capitalista.

Empresas modernas y equipos de profesionales especializados, manipulan las preferencias, crean necesidades artificiales, y modelan la opinión del basto público que está su-jeto a la dominación de capital.

La publicidad y la propaganda han alcanzado hoy endía gran desarrollo, debido a que estas actividades son poderosos instrumentos comerciales, ideológicos y políticos.

Todo el gasto que se hace para pública y propa-ganda en todos los medios de comunicación constituyen en sí, gran negocio capitalista. En las metrópolis del imperialismo- las sumas gastadas son bastante grandes y lo mismo sucede en nuestro país y en otras naciones del tercer mundo.

"En nuestro país de economía "mal llamada mixta", - en que la iniciativa privada participa con el 80% de las inv-ersiones productivas, y el gobierno sólo con el 20%.

El gasto en publicidad y propaganda es superior ya- a los 12 mil millones de pesos anuales -más que el presupuesto destinado por la Federación a S.S.A. o a la Educación Universitaria-, es gastado principalmente por monopolios mexicanos privados y públicos, o dispuesto por el Estado a través de las - mismas agencias especializadas y las empresas que elaboran la publicidad de los monopolios transnacionales que anuncian mercancías y servicios extranjeros y difunden la información, la ideología y los valores del imperio capitalista"(14).

(14)NA. ESTHER IBARRA y FERNANDO ORTEGA.art.enreb.proceso,No. 189 de junio de 1980.p.44-47.



En la actualidad se define a la Propaganda como el conjunto de técnicas y medios de comunicación social tendientes a influir, con fines ideológicos, en el comportamiento humano.

Los campos en que se desarrollan la publicidad y la propaganda; La primera, adquiere una característica netamente comercial, con la finalidad de servir como instrumento comercial, con la finalidad de servir como elemento de influencia sociológica orientado a manejar las decisiones de compra y de consumo; mientras la segunda, se extiende a la tarea de manipulación ideológico-política"(15).

"A veces es difícil distinguir entre la publicidad y la propaganda, porque el anuncio es muy ambiguo, como es el caso de la llamada "publicidad institucional" que realizan -- las empresas no con el fin inmediato de aumentar respecto la venta de un producto, sino para proyectar la imagen de "seriedad", "prestigio", "seguridad", "honestidad", etc.. Aquí el objetivo comercial se mezcla con el político-ideológico, cubiertos ámbos con el ropaje de un inofensivo aviso que solo difunde las características de una compañía más, pero que en el fondo no es otra cosa como la sutil defensa del sistema como un todo"(16).

La propaganda, nació de hecho con la iglesia y se desarrolla con el Estado, que tenía que presentar su cara mas agradable al pueblo, y mantener al grueso de la población orgullosa de su gobierno"(17)

(15)MA. ESTHER IBARRA y FERNANDO ORTEGA. ob.cit.p.49

(16)MA. ESTHER IBARRA y FERNANDO ORTEGA. ob.cit.p.49-50

(17)MA. ESTHER IBARRA y FERNANDO ORTEGA. ob.cit.p.51

Habiendo quedado demostrado por el fascismo que la propaganda es arma de invaluable eficacia, ha provocado que muchos gobiernos ocupen en la actualidad destacados lugares entre los anunciantes de sus respectivos países, usando los mismos sistemas de Coca-Cola, o Ford al anunciarse en actividades como el reclutamiento de la Marina, el Ejército y la Fuerza Aérea.

Un ejemplo concreto de la función de la propaganda, lo tenemos en el caso Watergate, en el que se gastaron cientos de millones de dólares para montar el tinglado que convezado el mundo que solo un país "democrático" puede darse el caso de un inminente juicio que resulta en la destitución de un presidente electo por abrumadora mayoría(18).

Otro ejemplo de los millones que se pagan, por hacer propaganda, a los medios de comunicación, fué la traición militar y asesinato de Allende.

## B) POLITICO.

### 1.- El Papel del Estado.

En una sociedad como la nuestra que se halla dividida en clases sociales donde hay explotadores y explotados, el Estado sigue siendo el instrumento perfecto para minimizar el antagonismo de esos estratos sociales, y a la vez la clase opresora se sirve de ese poder para continuar su explotación legalizada por el Estado.

Tomando en cuenta las condiciones materiales de vida que tienen los pueblos serán muy peculiares las características políticas-jurídicas que tengan como estados.

(18)MA. ESTHER IBARRA y FERNANDO ORTEGA.ob.cit.p.55

"En lo concerniente al papel del Estado frente a los medios masivos de comunicación, haremos un poco de historia:

En la Italia Fascista, Mussolini expresa que la prensa es libre porque solamente sirve al régimen fascista. En la Alemania Nazi los medios de comunicación eran simplemente instrumentos al servicio del Führer"(19).

En los regímenes autoritarios de Centro América y Sudamérica la represión sobre los medios de comunicación por parte del Estado es constante, no deben cuestionar ni criticar la actitud del Gobierno. En estos regímenes el estado no reconoce derechos a sus ciudadanos. Cuando una clase se organiza como estado; el Estado mismo determinará como se ejercerá ese poder político que ha logrado. Vemos que en el autoritarismo las decisiones las toman los que se hayan en la cúspide de ese poder y a las bases solamente se les indica lo que tienen que hacer sin tomar en cuenta su opinión.

Si el Estado mexicano gobierna en bien de todos los mexicanos puede intervenir en bien de todos los mexicanos, debe intervenir en defensa de la población que está siendo manipulada por los medios de comunicación masiva, y será conducida a una enajenación completa, peligrando el proceso histórico que como nación debemos defender. El señalamiento anterior que se hace referencia, es decir, el gigantesco aparato de propaganda mediante la cual se realiza la penetración comercial, ideológica, cultural y consumista por parte del vecino del norte, ya debe constituir una verdadera preocupación para el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. Esa penetración estranjizante que padecemos, se refleja en el comportamiento de los niños y jóvenes que van abandonando la mexicanidad y los símbolos patrios, incluso se niegan a hacerle honores a nuestra bandera nacional. El aparato publicitario que se ha venido

(19) PINTO MAZAL JORGE. Régimen Legal de los Medios de comunicación Colectiva. p.26-28.

sofisticando con el empleo de la radio y televisión, ha causado efectos notorios de sugestión interesando al público hacia cosas fuera de la realidad, vemos que los jóvenes estudiantes se interesan más por los juegos deportivos donde existe mercantilismo, alejando al joven del interés por el estudio y lo conduce hacia la vagancia convirtiéndolo en un ser inútil, incapaz de comprender la realidad social.

Desde luego que la radio y la televisión han sido inventos positivos, productos del ingenio del hombre; pero estos han sido utilizados como instrumentos narcotizantes y como medio de dominación, mismos que perjudican a los países que pretenden salir del colonialismo y a otros que están cayendo dentro del neocolonialismo.

La televisión es el más penetrante y efectivo medio de comunicación que actualmente existe, y es precisamente por esa efectividad de penetración ejercida en una comunidad con problemas económicos y sociales muy graves lo que más daño -- causa.

Las series de televisión son las principales fuentes de ilustración con las que cuentan los inadaptados sociales -- para planear sus asaltos, robos, crímenes y demás actividades al margen de la ley. Casi a diario se lee en la prensa que -- hay vicios, crímenes, prostitución y degeneración que son el resultado de la educación objetiva que se logra por medio de la televisión.

"El gobierno de México en algunas ocasiones recapacita y admite el grave daño que causan los monopolios privados de la radio y televisión. Citaré por caso el IV informe -- de gobierno de Luis Echeverría, en el cual arremetió contra -- la programación de la televisión saturada de violencia; esta actitud del exgobernante determinó que la Secretaría de Gobernación se diera a la tarea de investigar sobre ese asunto pa--

ra prohibir algunos programas cuyos argumentos fueran policiacos o de gran contenido belicista"(20). E incluso se dió a Televisa S.A. la decisión de cancelar algunos programas y sólo se permitirían aquellos con contenido moral. Infortunadamente solamente fué demagogia esa famosa depuración; las series prohibidas fueron sustituidas por otras con argumentos de mayor-violencia y penetración ideológica por parte del imperialismo norteamericano, sugestionando a la población de la importancia que tiene la intervención del imperialismo en los países-del tercer mundo, violando su soberanía siempre en "defensa"-de la democracia y así justificar ante la opinión mundial su política imperialista que asesina a los movimientos de liberaración nacional que luchan por la emancipación de sus pueblos ya sea en Centroamérica o en cualquier otra parte del mundo.- Insisto en que la bondad de la legislación jurídica de la radio y televisión es ventajosamente aprovechada por los concesionarios, esto motiva inquietud para analizar la labor que -realizan los medios de comunicación masiva en México, por --ello el Estado ha iniciado planear su intervención en el campo de la publicidad, para cumplir su papel en beneficio de la clase desposeída y no solamente se aprovechen los dueños de -esos medios informativos que tienen su dirección oficial en -las agencias noticiosas internacionales (U.P.I.) que son quienes hablan por México. Nuestro país para esas agencias publicitarias transnacionales es un territorio completamente libre donde se aplican sin limitaciones sus técnicas sugestivas, de persuasión, recurriendo a la mentira y al engaño para lo -grar su explotación por medio de la publicidad y mantener vigente la ideología del imperialismo económico norteamericano.

Aunque con base jurídica intervienen en el funcionamiento de la radio y la televisión, la SECOFIM, La Secretaría de la Salud, la Dirección General de Cinematografía, la SEP,-

(20)BERNAL SAHAGUN VICTOR M.ob.cit.p.185

los obstáculos que se encuentran a su paso para ejercer sus funciones hacen que esa intervención presente muchas limitaciones, resultando ineficaz ante el poder del monopolio de los medios masivos de comunicación.

Se encuentra que las decisiones del estado coinciden con los objetivos que tienen los dueños de la radio y televisión, y cuando no coinciden inmediatamente hay una reacción violenta por parte de los concesionarios; esta reacción violenta se observa cuando solamente se aceptan comentaristas que servirán a sus intereses, es decir al servicio del sistema capitalista, con una postura anticomunista; si el periodista no cuenta con estos atributos no conviene y no es contratado.

Cuando se hace un analisis del régimen legal de los medios de comunicación inmediatamente los concesionarios hablan a favor de la libertad de expresión contenida en los artículos 6o y 7o de la C.P., defienden la permanencia del monopolio de Televisa violando las libertades del sistema democrático de nuestro país.

En sus inicios los medios de información fueron modestos pues solo existía el impreso, que influía solamente en la pequeña minoría que sabía leer; pero su importancia se multiplicó con la extensión de la educación y mas tarde con la llegada de la radio y televisión, y aumentó más su importancia cuando incursionan en la vida política, cultural, social-ideológica de las naciones.

Los ciudadanos tienen derecho a la información y esta se realiza por los medios de comunicación y si no cuentan con la veracidad de esas informaciones no podrá escoger de las diversas opiniones la mejor.

En los estados con régimen político democrático reconoce el derecho de los ciudadanos de participar en los asuntos públicos. En los gobiernos autoritarios se las arreglan para— que el pueblo no escuche mas que un solo lado de los problemas que se debaten; pero es evidente que si los ciudadanos cuentan con una conciencia histórica de los acontecimientos entonces — tendrán la capacidad de formarmarse un juicio sano.

Si los medios informativos correspondientes a empresas privadas y al estado monopolizan las opiniones, el ciudadano conocerá solamente las versiones vistas desde un solo ángulo. pero debe reconocerse que para hacer uso de ese derecho se debe contar con ciertos recursos económicos — en la actualidad esto es muy difícil; hace unas cuantas decenas de años— bastaban unos miles de pesos para lanzar un periódico en que— se podía expresar la opinión de determinado grupo y si hablamos de la prensa televisada las dificultades aumentan pues aparte de una gran inversión económica, hace falta una significativa influencia política. Y esta prensa multimillonaria será por consecuencia la opinión de una élite enmascarada como defensora de la libertad de expresión.

Cuando la información es imparcial y no se inclina— hacia los intereses de la clase gobernante, por el contrario— denuncia los abusos de la clase explotadora, esa prensa independiente del control gubernamental favorece al sistema democrático puesto que desempeña el papel de contradictor y critica la política y los actos del gobierno.

Esta posición crítica y de vigilancia no es persu— puesto grata a ningún gobierno, muchos profesionales de la información han terminado en las cárceles y oficinas e instrumentos de información han sido destrozados por las fuerzas policiacas. En un país como el nuestro, la mayoría de los medios— de información no se atreven abiertamente a asumir esa actitud.

Es más, como país que sufre la presión de los grandes centros informativos internacionales vive una dicotomía entre su propio estilo de vida y el que le es impuesto a través de los medios de comunicación, la televisión principalmente. En México se retransmiten todos los valores vigentes en la sociedad de Estados Unidos, el modo de vida de los americanos. En esa -- gran nación todo ha estado en venta: desde autos, televisores, refrigeradores, lavadoras, hasta religiones y también su filosofía. Hoy en día venden las noticias y los comentarios, que son fielmente reproducidos por los medios de comunicación de la burguesía mexicana.

Es muy común escuchar a los jóvenes de las escuelas secundarias decir que no les interesa la historia de México, pero si conocen la historia, de quienes son los principales futbolistas, de quienes son los cantantes de Siempre en Domingo, del Grupo Menudo, etc..

La influencia de la industria televisa ha extraviado el interés por el nacionalismo; Tenemos jóvenes amaestrados por el coloneaje imperialista, que han perdido su identidad.

Para poder analizar la situación actual de los medios de comunicación, es necesario verlos como centros e instrumentos de poder.

Adquieren el poder no solamente por su legitimidad-jurídica que tiene su base en la Ley Federal de la Radio y la Televisión. sino por su actitud para tener audiencias, por el manejo de fuertes recursos financieros y tecnológicos y por tener gran parte de la información en sus manos.

En nuestro país la radiodifusión cultural no tiene proyección nacional, circunstancia que limita considerablemente la concientización de las masas campesinas. El modelo vigente



te que existe para proyectar la cultura nacional sirve solo - para manipular. Por lo que considero de vital importancia re-visar el régimen de propiedad y concesión de los medios de co-municación. Hay que poner en tela de duda la estructura legal vigente no solo en lo referente a la ley de la radio y televisión, sino en las demás leyes.

Es necesario que se presenten diversas posiciones - que garanticen la pluralidad de los medios informativos, con-tenidos y posiciones diversas, pues se trata de un servicio - público. De este modo podrían tener acceso a otras corrientes del pensamiento lo que a la fecha se haya limitado. En lo que se refiere a los recursos humanos que ejercitan la información, se ha visto afectada por la concurrencia de personas carentes de ética profesional, locutores de radio y televisión caren-tes de un juicio crítico.

Por desgracia, la manipulación que ejerce los medios de comunicación como informadores de los acontecimientos pú-blicos generalmente tiende a la desfiguración de los fenómenos sociales. La verdad en la información es elemento substancial que deviene directamente de la ética profesional de quienes - manejan los medios de comunicación, de tal manera que si no - se informa con exactitud los acontecimientos políticos difícil-mente se llegará al ejercicio de lo que es la ética.

La noticia debe ser siempre veraz y no podría llenar este requisito si no ha sido certificada y ratificada por lo - tanto cualquier comentario que se haga a través de los medios informativos de una noticia no confirmada será amoral. Para - que exista la libertad de expresión deben concurrir la ética - y la verdad porque si falta una de ellas se caería en la co-rrupción. La libertad constitucional de expresar nuestros pensamientos como derecho y como valor humano, independientemente,

de las cuestiones ideológicas, requiere además valorar actitudes, costumbres y su ordenamiento jurídico. Cuando la libre expresión se encausa por los canales de la información a través de los medios masivos de la comunicación para alcanzar la función social y humana debe ajustarse a esos valores fundamentales que son la ética y la verdad.

La libertad de expresión la empean mal algunos medios (radio y T.V.) en contra de los intereses nacionales, estando al servicio de la oligarquía, de las empresas transnacionales, en favor de los intereses del imperialismo norteamericano. Para los capitalistas la libertad a que hacemos referencia consiste en la libertad de sojuzgar a los medios informativos por medio del dinero.

La información debe ser real para beneficio del mundo en que vivimos y hasta cierto punto no podrá serla si el estado protege a los medios informativos, porque esa protección y ese favoritismo corrompe. La verdadera libertad solo aparecerá en un régimen político en el cual no exista la posibilidad objetiva de someter a los medios informativos por medio de la dádiva.

Con una información veraz se estará educando al pueblo y no que las noticias tengan un fin comercial. En la actualidad la información se ha convertido en un aspecto esencial de la educación y la cultura de un pueblo, es decir, la radio y la televisión así como otros medios informativos deben ser verdaderos instrumentos para la educación del pueblo.

En uno de los aspectos de la Ley Federal de Radio y Televisión señala la facultad que tiene el estado para utilizar tiempo de la radiodifusión para transmitir sus mensajes al pueblo, fomentar la educación cívica; sin embargo, es la empresa Televisa la que indica los elementos culturales que adoptarán

los mexicanos, imponen valores, normas de comportamiento, modela la conciencia convirtiendo a los mexicanos en incapaces para tomar decisiones. O sea Televisa ha tomado facultades que corresponden al Estado exclusivamente.

Lo anterior se desprende al analizar los acontecimientos políticos que se viven en la presente campaña política para renovar los poderes. Como se recuerda la ley electoral de 1973 estableció una modalidad para la difusión de las plataformas ideológicas de los diferentes partidos políticos consistente en otorgarles acceso en la radio y la televisión de modo gratuito y efectivamente se transmitieron programas de una serie denominada: "Partidos Políticos", como la medida era muy limitada, pues solamente durante unas semanas podrían -- transmitir sus pensamientos ideológicos los partidos políticos por eso, la ley de 1977 modificó ese estado de cosas irregulares disponiendo que el acceso fuese permanente y no temporal.

Pero el congreso que aprobó la LOPPE, la Comisión Federal Electoral y la Secretaría de Gobernación encargadas de administrar la mencionada ley, no contaba con la prepotencia del consorcio de la televisión comercial oponiéndose a -- proporcionar su tiempo para programas políticos. Es del conocimiento general que el Canal 2 manejado por Televisa es el de mayor difusión en todo el territorio mexicano y por consecuencia el más rentable, por lo tanto Televisa decidió que en ese canal no operaría la reforma política implantada por el estado mexicano. Haciendo uso de su autoridad tanto la Comisión Federal Electoral y la Secretaría de Gobernación comunico a Televisa que la emisiones de los partidos políticos se harían conforme a determinados horarios y en tales canales; -- Televisa aceptó en cierto modo pero los condicionó a que los programas no estuvieran incluidos en tiempo triple "A", sino a las 14 horas en que es muy escaso el teleauditorio que está pendiente de la programación televisiva.

Ese resolutivo se determinó alegando perjuicio a las finanzas de la televisión comercial como si no se conocieran las magnitudes económicas de Televisa y se ignorara que sus ganancias se han diversificado después de su ingreso a la televisión europea y norteamericana. Se aceptó tácitamente por parte de las autoridades mexicanas que la empresa Televisa se empobrecería si el canal 2 emite programas políticos. Recordemos que el Liberalismo Económico y la propiedad privada en los países capitalistas trajeron consigo el fenómeno de la concentración y la monopolización, acabando con la libre empresa y con la libre competencia de la que hacen mención los dueños de la radio y televisión, podemos observar que en México hay una tendencia a la monopolización por parte de las empresas privadas y el estado, para formar una sola empresa monopolística de los medios masivos de comunicación.

### C).- ECONOMICO.

#### 1.- Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. - Publicidad y dominio Extranjero.

Una de las características principales en el capitalismo son los grandes consorcios que tienen bajo su control los medios de comunicación masivos como son: la televisión, la radio, la prensa, la cinematografía, la literatura y la producción de discos. Y son ellos los que con sus ideólogos y psicólogos de la producción, contrariando los principios de la semiótica o semiología, determinan el contenido.

Tienen bajo su control:

Un 95% de los canales de televisión.

Un 90% de las estaciones de radio.

Un 80% de los periódicos.(21)

(21)ACADEMIA DE CIENCIAS DE LA R.D.A.La juventud Acusa al Imperialismo,ed.Masehual,Mex.1976 p.106.

Son fábricas de opinión que producen y distribuyen-  
ideología burguesa.

Ahí donde ésta ideología domina, utilizan inclusi-  
ve la educación pública como uno de sus principales instrumen-  
tos de poder; pretenden tener bajo su tutela a la clase traba-  
jadora abrumando sus mentes con mensajes insubstanciales para  
impedir que tomen conciencia de su situación. Y por el contra-  
rio refuerzan cada vez más la ideología de sus intereses.

## 2.- Monopolización de los Medios Masivos de Comuni- cación.

Partiendo del hecho de que los monopolios son la ca-  
racterística principal del capitalismo en su última fase: el-  
imperialismo no conforme con enajenar a su propio país, como-  
un pulpo extienden sus tentáculos a numerosos países. Muchas-  
de estas fábricas de ideología imperialista se constituyen en  
monopolios que acaparan no solo mentes, sino también economí-  
as que logran atrapar. 4 de estos pulpos son:

- a).- Gran Bretaña: Controla 19 países, tiene 185 pe-  
riódicos, 16 canales de T.V., 11 estaciones de  
radio, y numerosas editoriales en el consorcio  
de Roy Thomson.
- b).- Estados Unidos de Norteamérica: domina numero-  
sas estaciones de radio y T.V., editoriales y-  
revistas como "Time" y sus filiales, en su pro-  
pio territorio, así como en América Latina a tra-  
vés del consorcio de Henry Luce.
- c).- República Federal Alemana: consorcio Berteis--  
mann, el mas grande de Europa Occidental, pro-  
duce: revistas ilustradas de sexo para jóvenes,  
textos escolare, discos y películas para cine.

d).- Berlín Oeste y R.F.A.: consorcio Springer, publica diariamente 11.9 millones de periódicos. Este consorcio domina una tercera parte de la R. F.A. (22).

Más aún, estos monopolios gastan millones de dólares para intensificar las investigaciones previniendo la utilización de los futuros resultados de la ciencia para nublar cerebros y manipular conciencias. Los monopolios además tienen la habilidad y destreza de combinar el negocio comercial con el político, acrecentando más su poder.

El gran peso que ejerce el capital norteamericano - en la economía nacional y por ser un negocio lucrativo, es la razón por la cual el sistema mexicano de difusión masiva haya sido estructurado a semejanza del de los Estados Unidos de Norteamérica.

Los elementos que conforman dicho sistema y las relaciones de intercambio que entre ellos se realiza son similares.

Estos elementos son:

-El sector de bienes de consumo, con participación de capital extranjero, constituye el mercado de los servicios ofrecidos por los medios de comunicación masiva.

-Los medios de comunicación masiva en su mayoría en manos de empresarios nacionales, constituyen el mercado para los servicios de agencias de noticias y productoras filmicas.

(22)ARRIAGA, PATRICIA. Publicidad, Economía y Comunicación Masiva (Mexico-Estados Unidos)ed. Nva. Imagen. Mex. 1980.

-Las agencias de noticias nacionales y extranjeras venden su producción a los medios de comunicación masiva.

-Las productoras de los programas nacionales y ex -  
tranjeros venden su producción a los medios de co-  
municación masiva.

-Los consumidores, en un país periférico como México no son la gran mayoría de la población, constituyen el mercado para los bienes y servicios anunciados.

-La programación producida e importada es utilizada por los medios de comunicación masiva para atraer la atención del público consumidor del gasto público consumidor y el gasto público de los anunciantes al igual que en los Estados Unidos.

Se nota claramente la presencia de importación y pro  
gramación de anunciante extranjeros en los medios de comunica  
cion masiva en los países periféricos (23).

en cuanto al sistema de comunicación masiva en Méxi  
co en lo que respecta a su estructuración y desarrollo son va  
rios los elementos que lo determinan:

-El interés de la industria electrónica extranjera en ampliar el mercado con la venta de aparatos de radio y televisión.

Las empresas del sector de bienes de consumo, espe  
cialmente las extranjeras, que financian un sistema de difusión masiva como el norteamericano para que atienda las necesidades de comercialización de los

(23)ARRIAGA, PATRICIA. Ob. Cit. p. 216.

productos.

- Los empresarios nacionales interesados y dispuestos a hacer de la difusión masiva un negocio lucrativo.
- Las empresas que vinculadas con la difusión masiva, agentes de publicidad productoras fílmicas y de video, están interesadas también en ampliar su mercados para sus productos.

La conjugación de estos factores permitió desde el momento de su implantación que el sistema mexicano de difusión masiva, por su relación con el sector de bienes de consumo, se integrara a la dinámica económica del país.(24).

#### LA TELEVISION.

México fué el primero de los países latinoamericanos que estableció estaciones de televisión; el primero de 1950, se inauguró la primera estación en la ciudad de México.

Al término de la década de los 50' ya funcionaban - 20 canales de T.V. en el país.

Su distribución siguió evidentemente un criterio comercial; en el D.F. se tenían 4, en B.C. 3, en los Estados de Querétaro, Chihuahua y Tamaulipas 2 en cada uno; en Aguascalientes, Coahuila, Jalisco, Oaxaca y Sonora una estación en cada una de ellos.

En relación de participación del Estado en la instalación y operación de estaciones de televisión se tiene que - con fecha 2 de marzo de 1959, inicia sus transmisiones el canal 11, primera estación de televisión de nuestro país, con programación eminentemente cultural, a la cual se le asignan las siglas XEIPN y en cuya programación define los objetivos. (24)ARRIAGA, PATRICIA. Ob. cit. p.217



siguientes:

- 1.- Difundir la cultura
- 2.- Apoyar la educación
- 3.- Proporcionar información científica y tecnológica.
- 4.- Otorgar servicios y programas
- 5.- Proporcionar entretenimiento.

El 15 de marzo de 1972, el gobierno federal compró - las acciones de Corporación Mexicana de Radio y Televisión: - canal 13, constituyó un fideicomiso que administró SOMEX y a partir de entonces, esta pasa a ser una empresa de propiedad estatal, cuyo objetivo fundamental es proporcionar "informa - ción, diversión y cultura", para regular, complementar y promo - ver el Sistema Nacional de Televisión.

A fin de difundir la televisión en todo el país el estado crea el 29 de abril de 1972, Televisión Rural de Méxi - co y por decreto del 3 de febrero de 1971, publicado en el día - rio oficial de la Federación se transforma en Televisión de la República Mexicana.

A la fecha la situación que guarda la televisión en México es la siguiente: Se tiene un total de 267 estaciones, - de las cuales 99 se encuentran en manos de la iniciativa privada y 167 opera el estado, de estas últimas, 32 son manejadas - por Corporación Mexicana de R. y T.V. (canal 13), 91 por T. de la R. M., 5 por los gobiernos de los estados, 25 por convenio 3 por instituciones educativas, 3 por organismos descentraliza - dos, y 9 por patronatos (25).

(25) SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. Boletín de informa - ción. Mex. D.F. marzo de 1982. p. 9-10

## NACIMIENTO DE UN MONOPOLIO TELEVISIVO LLAMADO "TELE VISA".

Apartir de 1946 y en forma experimental se sientan las bases para lo que llegaría a ser un emporio para los grandes capitales. 9 años después una vez que la radio se consolidara como un medio de comunicación a nivel nacional, surge la televisión comercial, siguiendo el mismo proceso de desarrollo que la radiodifusión, como un medio financiado por la publicidad.

Para los años de 1950 nace la primer estación de México con autorización oficial, asignándole las siglas XHTV canal 4, otorgada la concesión a Rómulo O'farril por el gobierno mexicano.

En 1951 surge la XENTV canal 2 y como concesionario Emilio Azcarraga y un año después XHGCTV canal 5 concesión otorgada a Guillermo González Camarena.

Fusión de Intereses.- Para el año de 1954 previa fusión de sus capitales transmiten juntos canales 2 y 5 anexándose a este consorcio un año después canal 4 para formar el Telesistema Mexicano con la finalidad de eliminar a la competencia, eregir un monopolio y consolidar sus intereses.

Expansionismo Comercial Televisado.- una vez confirmada que es altamente redituable su operación y mantenimiento de este medio de difusión, había que ampliarlo para lo cual - Telesistema Mexicano lanza voz e imagen instalando retransmisoras en diversos puntos del país, absorbiendo en sus redes monopolistas a numerosas estaciones de provincia, de esta manera para 1968 Telesistema Mexicano contaba con 8 afiliadas - más (26)

(26)ARRIAGA,PATRICIA.Ob.cit.p.223-229.

Visualizando la gran captación económica que tenía la producción de programas televisados, Emilio Azcárraga asesta un duro golpe a los productores en pequeña escala y decide tomar la iniciativa en este aspecto, en su búsqueda por obtener mayores ganancias y un mejor control en sus empresas, dejando que telecentro programe el contenido de sus transmisiones, acaparando así clientes y agentes de publicidad, quienes al ver menguar sus utilidades deciden acatar esta decisión incorporando sus bienes al sistema.

Para 1967 en que se inicia la transmisión de programas a color, las posibilidades de un número mayor de televidentes y demás utilidades económicas, es avisada por un grupo de inversionistas llamado Grupo Monterrey, así y de una tras otra concesión aparecen canales de televisión tales como: XHTM canal 8, XHDFTV canal 13.

Posteriormente la fusión del canal 8 y Grupo Monterrey y de tres canales más del D.F., pasan a formar parte del capital social de TELEVISA y de su compañía productora S.A. - creada con la finalidad de elaborar programas nacionales para la exportación a los países de Latinoamérica y del público de habla española radicado en Estados Unidos (27).

#### RADIO.

Radio difusión.- la radio en México lleva 60 años de existencia, caracterizándose desde sus orígenes por dos factores básicos: La influencia de la radiodifusión norteamericana y la formación de grandes y poderosas cadenas que contribuyen a consolidar el proceso de concentración y centralización de las estaciones.

(27)ARRIAGA,PATRICIA.Ob.cit.p.225-226.

Es en 1941 cuando por primera vez varias estaciones radiofónicas se agrupan y forman la primera cadena; posteriormente en 1948 y 1946 aparecen dos cadenas más, contando actualmente, con 21 de ellas que controlan el 95% de las concesiones existentes.

La cadena más grande cuenta con 114 estaciones afiliadas, las cuales dependen en su programación de solo 6 estaciones piloto, la segunda en importancia cuenta con 38 estaciones.

A pesar de que el régimen de concesiones de radiodifusión pretende la diversidad de las mismas; en la práctica - la radiodifusión - en México está controlado por un número muy reducido de cadenas.

Por otra parte, no podemos olvidar que de todos -- los medios de comunicación de masas, el servicio de radiodifusión sonora es uno de los medios mas difundidos, con mayor alcance cobertura y poder de penetración gracias a las características particulares de la radiodifusión que contribuye a la popularidad y masificación de ese medio.

Principales cadenas que operan actualmente:

- 1.- Grupo ACIR
- 2.- RADIORAMA
- 3.- FIRMESA
- 4.- AGENTES DE RADIO Y TV SA
- 5.- RADIO VENTAS DE PROVINCIA

Más del 70% de la radiodifusión en México es controlada por 9 pequeños grupos que imponen una mordaza a la libre información, puesto que su principal interés es obtener la mayor cantidad posible de anunciantes fuertes, para lo cual se vuelve necesario silenciar las noticias o comentarios que pue

da perturbar el suave desarrollo de la "libre empresa".(28).

(28)BERNAL SAHAGUN,VICTOR M.Ob.cit.p.134-135.

## D).- IDEOLOGICO

### 1.- IDEOLOGIA Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. - CONCEPTO DE IDEOLOGIA.

Haciendo un análisis concienzudo sobre la ideología y viendo el grave peligro que presenta para la humanidad, desde su origen y durante todo el desarrollo humano, hasta nuestros días en que el capitalismo presenta las últimas patadas de ahogado; es imprescindible destacar las aportaciones más congruentes de éste término, con el fin de presentar un panorama más claro a nuestra sociedad.

Etimológicamente, la palabra ideología se deriva "del griego Idea; aspecto, imagen, concepto, y Logos: teoría. Sistemas de puntos de vista, e ideas sociales" (29).

Esta definición no es suficiente para dilucidar el contenido y fin fundamentales de la ideología puesto que siendo una parte de la conciencia social, es necesario interpretar las diversas opiniones de algunos reflexólogos.

Anota Georges Politzer: "La ideología es un conjunto de ideas que constituyen un todo, una teoría, un sistema o hasta a veces sencillamente, un estado de espíritu" (30)

Considero que éste concepto está incompleto, no por ser breve, sino porque no toma en cuenta ciertos aspectos sumamente importantes para la definición de éste término, como veré en seguida.

Para Konstantinov: "La ideología se haya constituida -

(29) BLAUVER, I. Diccionario Marxista de Filosofía. Ediciones de Cultura Popular. México, 1979. p. 159

(30) POLITZER, GEORGES. Cursos de Filosofía. Editores Mexicanos Unidos S.A. 2a. edición. México, 1978. p. 182.

por un conjunto de ideas políticas, filosóficas, religiosas, artísticas, etc. de determinada clase, en las cuales se expresa su posición social y sus intereses" (31)

Este concepto contiene aspectos más importantes para entender el problema esencial de la ideología de cada formación social, tomando en cuenta fundamentalmente sus elementos constitutivos (política, filosofía, religión, arte, etc.).

Louis Althusser anota "La ideología es una representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia" (32)

Althusser tiene razón al afirmar que la ideología es -- una representación de la relación imaginaria de los individuos; porque examinando la ideología desde un punto de vista crítico, estas concepciones del mundo son en gran parte imaginarias, es decir, que no corresponden a la realidad, y basta solamente con interpretarlas para encontrar en su representación imaginaria -- del mundo, la realidad misma de ese mundo. Y llega a la conclusión de que en la ideología "los hombres se representan en forma imaginaria sus condiciones reales de existencia" (33)

Claro que esta definición está restringida, pues engloba todos los elementos, tipos y formas ideológicos en una representación imaginaria y no permite captar las diferentes fases -- del desarrollo de la humanidad.

Ludovico Silva escribe: "La ideología es un sistema de valores, creencias y representaciones que autogeneran necesaria-

(31) KONSTANTINOV. Fundamentos de la Filosofía Marxista. Editorial Grijalbo. México, 1965. p. 589.

(32) ALTHUSSER, LOUIS. La ideología y los Aparatos Ideológicos -- del Estado. Ediciones PP. Medellín, Colombia, 1978. p. 52

(33) ALTHUSSER, LOUIS ob. cit. p. 54

mente las sociedades en cuya estructura haya relaciones de explotación, a fin de justificar idealmente su propia estructura material de explotación, consagrándola en la mente de los hombres como un orden natural e inevitable o filosóficamente hablando como una "nota esencial" del ser humano" (34)

Considero que ésta última definición está más completa que las anteriores, analizando su forma y contenido, expresa todo lo fundamental de la ideología así como la especificación de las diferentes formas de explotación y formaciones sociales que han existido en el desarrollo humano; tomando la ideología como una conciencia falsa que emplean los patrones para confundir, -- enajenar, y explotar a las masas, mediante los valores, creen---cias y presentaciones que por medio del Estado ponen en marcha -- mediante los aparatos ideológicos del Estado a través de una --- constante, dura e ininterrumpida lucha de clases a fin de reafir---mar la explotación, y la propia existencia de la clase dominante.

También anotaré una definición de Carlos Marx, que dejó plasmada en la ideología alemana, donde hace una considera---ción al referirse a la metafísica que al igual que otra ideolo---gía no tiene más historia que la moral.

"Para Marx la ideología es un bricolage imaginario, un puro sueño, vacío y vano, constituido por los residuos diurnos -- de la única realidad plena y positiva, la de la historia concre---ta de individuos concretos, materiales, que producen materialmen---te su existencia." (35)

Esta definición tal vez por ser la primera que apare---ció sobre éste término, está sencilla, pues Marx no fundamentó --

(34) SILVA LUCOVICO. Teoría y Práctica de la Ideología. Editorial Nuestro Tiempo. 10a. edición. México, 1981. p. 19

(35) AL-HUSSER, LOUIS. ob. cit. p. 50



ampliamente el concepto que posteriormente fuera muy discutido por diversos reflexólogos, marxistas y marxólogos; comprendo -- que el concepto es entendible, pero carece de elementos esenciales de la ideología como hemos visto en otras definiciones.

Marx y Engels en la ideología alemana dejaron datos -- muy precisos acerca de la ideología, pero a medida que avanzó el tiempo nuevos investigadores, como los citados en páginas anteriores hicieron buenos razonamientos y los reafirmaron ampliando los teóricamente.

Después de haber realizado diversas investigaciones y comparando los razonamientos de varios reflexólogos, considero pertinente anotar una definición propia:

Para mí la ideología son valores, creencias y representaciones que autogeneran necesariamente las sociedades, en -- cuya formación social haya relaciones de explotación en las sociedades divididas en clases, justificando la existencia del -- propio sistema como algo natural en la vida del ser humano, subrayando que:

- Se apoya en los medios masivos de comunicación como medida de seguridad para manipular, enjugar y explotar a la clase económicamente débil, obligándola a creer y aceptar en forma conciente o inconciente su bajo nivel de vida.

- La ideología de la clase dominante no se convierte en dominante por gracia divina ni por el poder del Estado, sino que se convierte en dominante por la puesta en marcha de los -- aparatos del Estado y estos mediante una lucha de clases interrumpida primero en contra de las antiguas clases dominantes y sus posiciones y después en contra de la clase explotada.

- Es una manifestación de ideas, pues su propósito es presentar imágenes y representaciones políticas, jurídicas, mo-

rales, religiosas, científicas, artísticas, etc, cuya función específica es ocultar, deformar e invertir la realidad.

- La ideología es un proceso que se opera en el llamado pensador conciente, pero con una conciencia falsa.

- La ideología es el arma principal que toma la clase explotadora y reaccionaria, que está interesada en conservar el viejo orden social condenado a desaparecer, tratándolo de perpetuarlo y demostrar su intangibilidad.

- La ideología no es la construcción abstracta de un individuo o de una clase, sino que está íntimamente relacionado con un modo de producción y una formación social dada; permite su subsistencia y la dominación de la clase que es el soporte de éste modo.

Y en éste momento la burguesía sigue trabajando duro para extender su información masiva, que mediante los aparatos ideológicos del Estado y los medios masivos de comunicación ha ce llegar hasta los hogares más humildes propoganda subversiva impregnada de su ideología.

## 2.- LA IDEOLOGIA EN EL CAPITALISMO.

Así como la humanidad evoluciona, las fuerzas productivas también se transforman y la explotación toma un nuevo ca risma para disfrazar el incentivo de la ganancia.

Surgen nuevas clases sociales antagónicas: la burgue sía y el proletariado, la primera integrada por una minoría ca pitalista, trata de desvirtuar, neutralizar y descabezar la -- realidad de las cosas, mediante los aparatos ideológicos del - Estado y los medios masivos de comunicación a fin de mantener en el poder y asegurar su dominio sobre la clase proletaria in tegrada por todo el pueblo trabajador, quien trata de defender

sus derechos y exigir el cumplimiento de las leyes.

La ideología del capitalismo actualmente es simplemente hipocresía, pues hecha mano de todos los medios que están a su alcance para amortiguar la lucha de clases del proletariado para acercar la caída inevitable del capitalismo.

En éste momento histórico la ideología burguesa queda al descubierto como una ideología que representa los intereses de una minoría. Para ocultar ésta explotación, la burguesía, recurre nuevamente a la influencia de la religión con el propósito de revestir su ideología de ropaje moral que expresa una justicia eterna y universal.

El alcance de la ideología burguesa imperialista, -- llega hasta las zonas no concientes del siquismo, como vemos -- en el hombre actual mucha representaciones inducidas en su mente, desde la infancia, por la televisión comercial en forma de represiones profundas.

Otras representaciones inducidas se encuentran en -- las zonas preconcientes que es donde se encuentran restos verbales y mnémicos olvidados que pueden ascender a la conciencia cuando sea necesario, como en la ideología religiosa, que muchas veces se olvida, pero que fluye cuando hay una situación difícil.

### 3.- LA IDEOLOGIA EN EL SOCIALISMO

La ideología que predominó en los Estados Socio-económicos que se caracterizaron por la explotación tuvo rasgos -- antagónicos que a medida que avanzaba el desarrollo humano se acentuaban entre una clase y otra, y finalmente la encarnizada lucha proletaria origina un nuevo sistema, el socialista. En -- el socialismo la ideología es la del proletariado que surge de

las ambigüedades capitalistas pero con un nuevo y humano propósito, el de crear una sociedad nueva y socialista en pro de toda la humanidad. Transcribo una aportación clara de Konstantinov:

"La ideología socialista del proletariado nace en el seno de la sociedad burguesa en virtud del carácter antagónico del mundo capitalista de producción y de la lucha de clases --- obrera contra el capitalismo y en pro de una nueva sociedad, sociedad socialista" (36)

Cada formación social tuvo su propia ideología, muy característica claro, pero la presentaron como la máxima expresión de los intereses de toda la sociedad.

Así apareció la ideología socialista, y próximamente el comunismo científico dará a conocer nuevas pautas que nos permitirán observar y reflexionar si realmente es posible la superación de la ideología de clase y las formas de propiedad, -- así como lo afirma Ludovico Silva en su libro: "Teoría y Práctica de la Ideología."

#### 4.- METODOS DE CONTROL IDEOLOGICOS.

Desde que el ser humano se ha dado cuenta de que puede controlar lo que tiene a su alcance, se ha preocupado de como hacer para poder controlar al ser humano y así lo vemos desde el esclavismo, el feudalismo y ahora en nuestros días en el capitalismo, a ingeniado multitud de formas para someter al individuo a sus deseos de explotación por el propio ser humano.

El explotador o dominante se ha valido de diferentes métodos y procedimientos, unos son aplicados corporalmente y --

(36) KONSTANTINOV. ob. cit. p. 565

otros son ideológicos.

Un momento ideal para poder tener mayor control de las personas, es cuando éstas pasan por una gran necesidad física o moral, la cual puede ser producto del azar o de la provocación.

Estos momentos son aprovechados por los explotadores para persuadir y más tarde manipular.

La persuasión no es únicamente sobre el aspecto económico moral, sino también para llevar a la enajenación por medio de la drogadicción, o a cometer crímenes o a transformarse en vi ciosos.

Una vez que el hombre está manipulado no es capaz de discernir la problemática que se le presenta y no puede ayudar a otros a que vean las falsedades que presenta el mundo imperialista como son:

FALSOS IDOLOS: Los del cine, radio y televisión, que lo único que hacen es alejar de la realidad a las personas para que éstas se olviden de la situación por la que atraviezan, sea ésta moral, económica o política.

UN MUNDO DE ILUSION: Es aquí en donde por estar mejor el hombre se deja deslumbrar por la apariencia de vivir mejor - en una casa, condominio o en un fraccionamiento que lo tiene to do.

O el creer que el ahorrar en un banco y que la ganancia que da éste, dará para solucionar todas las necesidades.

Es así como el hombre metido en otro mundo por causa del endeudamiento o la drogadicción, se olvida de sus hermanos - de clase que luchan por mejorar el aspecto económico, moral y po lítico.

En nuestros días el control ideológico juega un importante papel para los capitalistas, pues por medio de él, podrán tener a las personas sometidas a la voluntad monopolista.

Como veremos para los capitalistas el control mental de las personas se valen de la publicidad y aplican sus métodos de control ideológicos que comprenden tres etapas: creatividad, los medios publicitarios y la administración de los bienes, veamos en que consiste cada uno.

Creatividad: En éste aspecto que es la imaginación y creación de un comercial para que tenga impacto en las personas que lo escuchan o lo vean, deberá ser del agrado de éstas y por eso han creado los "slogans", que son los lemas o frases publicitarias cortas.

Ejemplo: "Compre bueno y barato en Maxi más"

"El refresco de los deportistas es Coca Cola"

Jingles, consiste en ponerle música al anunciar algún producto deseado.

Ejemplo: "La rubia que todos quieren es cerveza Superior".

Cuando ésta creatividad se ha dado a conocer a través de la publicidad, se empieza una lucha para salir adelante y poder controlar a más público.

Los medios: Una vez que se tiene la publicidad apropiada de los slogans o jingles, se buscarán los medios más apropiados para llegar a los consumidores y que puedan ser de accesible entrada a la mente humana y por eso se utiliza la T.V., - Radio, Cine, Periódicos, Revistas, Pancartas, Anuncios luminosos, etc. Además los ideólogos de la publicidad se valen de todos --

los medios posibles para las difusiones comerciales como son: los coches, autobuses, el ferrocarril, los carros del metro, -- globos, etc.

Este sistema da a conocer algo, siempre ésta al servicio de los mejores postores y por consiguiente los mejores medios los tienen los grandes capitalistas.

La Administración: es la encargada de controlar los pagos relacionados a la publicidad y a la repartición del producto lanzado al mercado y el control de ganancias; ya que si no hay relación entre publicidad y demanda, demanda y existencia de productos, todos los esfuerzos serán inútiles y por lo tanto se naufragará ante la competencia.

La relación que exista entre si, será factor determinante para la enajenación del ser humano. ¿Por que se dice esto? por la razón de que: si hay publicidad y no se ve el producto en el ámbito comercial, no hay efecto de compra; si hay demanda del producto y no hay la existencia necesaria, lógico es que no se adquiera y por lo consiguiente no se consume o se inclinan a llevar otro producto y automáticamente ya hubo pérdidas.

Es así que para los capitalistas es importante la relación entre CREATIVIDAD, MEDIOS Y ADMINISTRACION, para tener un control ideológico de las masas.

## C A P Í T U L O I V

### MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y LA EDUCACION

Dado el gran desarrollo de las fuerzas productivas que en México se ha alcanzado, de tal manera lo que hoy en día ya -- predomina es la monopolización en todos los órdenes del proceso-productivo y no productivo, así como la acelerada centralización y concentración del capital alimentado por sus tres afluentes -- principales que vienen siendo sin duda alguna el capital monopo- lista privado (nacional y extranjero) y el capital de Estado; lo- cual nos permite comprender que el capitalismo en México ha alcan- zado una etapa que Lenin la calificó como "Capitalismo Monopolis- ta de Estado".

Uno de los aspectos más relevantes en donde se manifiés- ta más el carácter de clase de la ideología es sin duda alguna - el ubicar el papel que desempeña el estado.

El estado mexicano actual -se dice- tuvo origen en una revolución democrática, social, nacionalista agraria, popular y- antimperialista y se constituyó como el estado de la nación y no de una clase social minoritaria.

Lo anterior encuentra sustento en algunas versiones -- que emanan de las posiciones oficiales apoyadas en la revolución mexicana.

"La revolución destruyó un regimen semifeudal y de e- lla emerge una "economía mixta" en la que el capitalismo en todo caso queda reducido a uno de los tres sectores -el privado- de - que se compone la sociedad mexicana.

Desde el triunfo de la revolución hasta nuestros días-



quien detenta el poder es el pueblo por medio de un estado revolucionario.

-La revolución de 1910 es un movimiento social vigente puesto que no ha cumplido aún sus metas de desarrollo integral y justicia social.

-Los obstáculos a vencer son entre otros, la desorganización, la corrupción y la voracidad de algunos "malos mexicanos.

-Sin embargo, serán superados por la vía de la revolución mexicana que tiene en el estado y el partido oficial los -- propulsores que proyectarán al país hacia la instauración de una nueva sociedad con justicia social, libertades y dignidades individuales no socialistas, (lo que significaría negar estas) ni capitalistas (una tercera vía) (37).

El nuevo tipo de estado así planteado, producto de la revolución mexicana misma, que quedó condicionada por las características del conglomerado campesino que en su mayoría lo impulsa y la correlación de fuerzas que a nivel internacional favorece el triunfo de la burguesía liberal y ciertas capas de pequeños burgueses presenta al estado no solo como una instancia neutral en la sociedad dividida en clase, sino como rectora de un desarrollo social cuya inscripción en el nacionalismo revolucionario conducirá a una sociedad justa, libre y de excepción.

Según lo anterior, para el estado mexicano en realidad no existe una lucha de clases, sino que las masas populares más explotadas y pobres se han hecho del gobierno y aún del poder político, han sometido a su dominio los intereses de la burguesía sin alterar la relaciones de producción sobre las que descansa la explotación capitalista y solamente llevados por un compromiso social de servicio; la oligarquía (sector gobierno-clase dominante) han aceptado el sacrificio en pro de un nacionalismo o "amor (37) MARTINEZ R., GASCON, Ideología burguesa y estado, estrategia - 26 Mex. marzo-abril 1979 p.44-45

a su patria".

Por lo anteriormente expuesto es importante ubicar el verdadero papel que cumple el estado dentro de nuestra sociedad, ya que la realidad objetiva nos marca cuanta utopía y falacia en cierra los análisis anteriores, prueba de ello son, sin duda alguna, las condiciones materiales de vida tan deplorables de la clase trabajadora, la dependencia económica, el desempleo, la miseria, la explotación del trabajador, inflación, devaluación, etc

"El estado burgues no es ya, exclusivamente un organismo de coacción encargado nada más de asegurar la conservación -- del régimen capitalista, sino que va desempeñando un papel creciente en la vida económica como instrumento de explotación y saqueo de toda la población por el capital monopolista. En la realidad capitalista no se registra la menor dispersión del poder político, la dictadura de la burguesía es ahora más completa que nunca" (38).

Contra lo que suele creerse el capital monopolista no es ya, pues, exclusivamente privado o estatal, su forma dominante es la de capital monopolista de estado. La presencia directa de la oligarquía en el aparato estatal no es tan obvia como en otros países, aunque en los últimos 20 años se han estrechado las relaciones entre ellas y los altos funcionarios del gobierno; algunos multimillonarios han recibido importantes cargos públicos y no pocos funcionarios se han convertido, a la vez en prometedores empresarios e inversionistas privados, y lo que es más significativo se ha multiplicado el número de burgueses medianos y altos que ocupan cargos gubernamentales.

La oligarquía mexicana no es un grupo nacional cerrado, no opera solo o siquiera fundamentalmente en campos determinados.

(38) CHEPRACOV V.A., El Capitalismo Monopolista de Estado, ED. Progreso. Moscú, 1977 p.34

Tiene como base el capital monopolista, o sea un capital que a través de una o muy pocas empresas, controla la rama en que opera. En los niveles más amplios de concentración y centralización su forma dominante es el capital financiero que hoy en día opera en grandes grupos y en los que sólo se funden o al menos vinculan estrechamente la banca, la industria y otras actividades, sino en un sentido más amplio, el capital nacional privado y estatal y el capital extranjero.

En la etapa actual del capitalismo mexicano el proceso de acumulación de capital y por tanto de explotación de la fuerza de trabajo depende en gran medida de los grupos monopolistas. Ya que son los principales dueños de los medios de producción, controlan los grandes bancos (a pesar de que la banca es nacionalizada) y manejan miles de millones de pesos; directa o indirectamente influyen sobre millares de empresas y disponen de la prensa radio y televisión; extraen y retienen buena parte de la plusvalía que generan los trabajadores y pesan grandemente en la acumulación del capital, determinan el volumen y la composición de lo que se produce, influyen en forma decisiva en el comercio interior y exterior, los precios, los salarios, los impuestos, el empleo, el desempleo, el desperdicio de los recursos, la devaluación, inflación, son los culpables del atraso social en que vivimos y los enemigos del cambio social.

Las grandes empresas privadas mantienen además una relación muy cercana -y a menudo son socios- con el capital monopolista internacional y sobre todo con las transnacionales norteamericanas de las cuales mencionaré algunas: General Motors, Ford, Chaysler, Volks Wagen, Renault, Philips, Philco, Singer, Elec -- trónica IBM, Erickson, Nestlé, Sanborns, Kodak, Domecq, Bacardí, etc. (39).

(39) EL CAPITAL MONOPOLISTA Y LA OLIGARQUIA. estrategia No22. Mex. - julio-agosto 1979. p.17.

El estado mexicano en los últimos 30 años ha jugado un papel fundamental en la concentración y centralización del capital, y si bien no se puede incurrir en una concepción arbitraria y lineal de un estado instrumento del capitalismo monopolista, - es a él a quien principalmente sirve.

En la fase actual del capitalismo mexicano el estado - que antes intervenía en el proceso económico en forma indirecta - y amplía primordialmente una función reguladora, ahora participa de manera directa y permanente en la acumulación de capital y explota, en consecuencia acatenares de miles de trabajadores, o sa que el desarrollo del capital monopolista desborda el ya estrecho marco de la empresa privada (grupos industriales, y financieros-privados) y penetra en el aparato estatal multiplicando aquí también los grandes consorcios monopolistas que de una u otra forma, son parte de el andamiaje del poder oligárquico.

El estado también se ha convertido en un gran monipolidor de la Educación, lo cual se reglamenta en la Constitución de 1917. La educación es considerada como un medio masivo que --permite a la clase dominante transmitir e imponer su ideología - para seguir su explotación.

Hoy en día ya no es solo la escuela la que transmite la "Educación (ideológica), de la clase dominante, sino que existen medios masivos más sutiles, los cuales la burguesía hace - que toda la gran masa los adquiera, como son: la T.V., radio, cine revistas; en dichos medios masivos se ha dado la monipolicación. "No solo el gran capital noerteamericano esta presente en los "medio", sino también y de manera decisiva el capital monipolidista, privado y estatal. La televisión, llamada eufemísticamente comercial está controlada por un solo grupo: Televisa domina da por Alemán-Azcárraga-Sada. La radio está monopolizada por una veintena de grupos donde se encuentran gente como :Azcárraga, O'Farril, Obregón, Salas de la Rosa, Miguel Alemán Velasco" (40). (40)Los Medios de Comunicación y el Edo.Estrategia No29.Mex.Sep-Oct.1979 p.30

También se ha visto que se ha dado un crecimiento explosivo de los medios masivos de comunicación en nuestro país en la década de los 70s, las estaciones televisoras eran 53 en 1971, ya en 1978 eran 93, las emisoras radiales eran 749 en 1979, también en 1979 existían 400 periódicos y 600 revistas que aparecían regularmente, mientras que en 1973 sólo existían 252 periódicos y 315 revistas y se editaban 70 millones de historietas mensuales. Hoy en día existen 600 periódicos y 700 revistas, se editan 85 millones de historietas mensuales aproximadamente. Ante esta avalancha de penetración "sutil" burguesa, y aunado el peso determinante que la iglesia reaccionara, cuyo peso sigue siendo de gran consideración ya que como podemos ver la gran mayoría del pueblo trabajador profesa la religión católica.

"El concepto de la evolución histórica como un resultado de las luchas no ha demostrado, en efecto, que la educación es el procedimiento mediante el cual las clases dominantes preparan en la mentalidad y las conducta de los niños las condiciones fundamentales de su propia existencia"(41).

En esta época de gran desarrollo de los medios de comunicación, la televisión se ha convertido en un gran "educador" dando al público programas con un ideal "blanco", el chiste propio para entrar al hogar que no lesiona la moral de la familia y los niños, las telenovelas lloriquiantes que presentan la vida de la pequeña burguesía, programas "made" en U.S.A., como Misión Imposible (anticomunista), sin faltar los cortes comerciales cargados de gran ilusión difícilmente lograda por el televidente.

Conjuntamente con la radio son ahora los que han pasado a ser los educadores, ya que podemos ver que día con día la participación de los maestros se va nulificando comprobándose esto con la actual crisis de la educación que en todos los niveles

(41)PONCE ANIBAL, Educación y Lucha de Clases. Ed. Cártago, Mex. p.128.

se está dando, como consecuencia del contenido de clase de la educación y no de la falta de preparación, orden o técnicas de enseñanzas.

#### A).- CARACTER DE CLASE DE LA EDUCACION EN LA SOCIEDAD BURGUESA.

"La educación es un instrumento en manos de la clase dominante que determina su carácter adecuadamente a los intereses de clase, así como el ámbito que abarca la enseñanza para su propia clase y para las clases oprimidas. Pero como la burguesía -- presenta al capitalismo como la realización completa del orden de vida natural y racional, el sistema de enseñanza y educativo -- que en realidad es un instrumento de sus intereses se embellece con bonitas frases acerca de la libertad y de las posibilidades de desarrollo"(42). La educación como elemento superestructural ligado estrechamente a la base económica del modo de reproducción capitalista cuyo rango distintivo lo constituye la explotación del capital al trabajo asalariado; viene siendo un reflejo necesario y fatal de los intereses y aspiraciones de la clase en el poder.

El carácter de clase de la educación burguesa se manifiesta en un doble aspecto. En primer lugar, por el hecho de que la educación que supuestamente debería servir para todos los hombres sólo se concede a los hijos de la burguesía. La educación -- no constituye un elemento de igualdad social, sino por el contrario, un elemento de la jerarquía social burguesa moderna. "Según los resultados preliminares del censo de 1980 revela que actual-mente hay 9.3 millones de analfabetas de los cuales 2.6 millones son niños en edad escolar y 6.7 son personas de más de 10 años de edad. Según declaración de Fernando Solana, Secretario de la S.E.P. existen trece millones que saben leer y escribir, pero --

(42) SUCHODOSKI B. Teoría Marxista de la Educación. Ed. Grijalvo. Mex. p.122.

que no han terminado la educación primaria. El problema es más grave aún si agregamos que de cada 100 niños inscritos en la primaria en (1970), egresaron menos de 40 en (1975) y un poco más de 20 en la secundaria en (1978). de estos mismos 100 niños, salieron del bachillerato solamente 10 en 1981"(43). Y ¿quienes son los analfabetas, quienes son los que tienen acceso a la enseñanza y quiénes los que desertan de la escuela?, evidentemente no son los hijos de los funcionarios, empresarios y grandes terratenientes quienes enfrentan este tipo de problemas, sino que son aquellos que trabajan desde niños para contribuir al sostenimiento de la familia, quienes son víctimas del subempleo como vendedores ambulantes, boleros, voceros y en el peor de los casos en las grandes ciudades como lanzallamas (los hijos de los trabajadores), - para ellos además, estudiar significa un fuerte deterioro del salario ya que los padres tienen que gastar en útiles escolares y transporte (ya no digamos las cuotas disfrazadas que se cobran mediante las llamadas sociedades de padres de familias), además el gobierno implementa mecanismos restrictivos de ingreso a las escuelas que son utilizadas a partir de la educación media en adelante. Dichos mecanismos traen como grave consecuencia un elevado número de jóvenes rechazados. Ante esto se confirma que la educación escolar en todos sus niveles está vedada a la clase trabajadora.

En segundo lugar el carácter de clase de la enseñanza burguesa se manifiesta en que se le transforma en un instrumento supuestamente eficaz de la "renovación social". "En todas las ocasiones en que la burguesía se ve reforzada a reconocer que las relaciones capitalistas son inadecuadas, intenta demostrar con 'argumentos educativos' que las relaciones entre otras razones son inapropiadas porque los hombres no son buenos y que estas relaciones mejoran cuando los hombres mejoren".

(43) INSURGENCIA POPULAR. Partido Mexicano de los Trabajadores. N.º 71 noviembre 1981. p.6

En realidad la educación no puede asegurar la mejora futura de las generaciones porque el mal lo constituyen las relaciones sociales predominantes y no los hombres como la ideología dominante nos lo hace aparecer, para perpetuarse en el poder y a sí seguir amasando grandes fortunas.

B).- LA EDUCACION Y LA PREPARACION DE CUADROS QUE REQUIERE LA BURGUESIA.

"La enseñanza nacional especialmente la enseñanza obrera, constituye un elemento necesario de la producción. En el capitalismo, sin embargo, tiene la exclusiva tarea de formar fuerzas de trabajo baratas y no rebasará nunca los límites que los intereses de la producción exigen"(44).

El sistema educativo en México y en todos los países de la órbita imperialista está orientado, salvo raras y muy honrosas excepciones, al simple analfabetismo por una parte, que es por sí solo un objetivo, y por la otra, a partir de allí a través de la criba clasista en los niveles medio superior hacia la preparación de cuadros técnicos profesionales que sirvan a la burguesía nativa y a los grandes consorcios internacionales a preservar la dominación del mercado y al lado de todas estas instituciones educativas, llámese tecnológicos, universidades, colegios, centros de adiestramiento o escuelas especializadas.

Los cuadros de técnicos y profesionales que la burguesía requiere para proseguir el proceso de producción deberán ser personas que no cuestionen el orden establecido, persona que sólo cumplan con el fin que el sistema quiere. Pero sabemos que dentro del propio capitalismo se generan contradicciones y esto lo vemos más claramente con centros de enseñanza superior que al no cum -

(44)SUCHODOSKI B.Ob.cit.p.123.



plir con las demandas de cuadros técnicos y profesionales que la burguesía requiere o cuando estos cuadros no cumplen con las características que ellos demandan, entonces estos pasan a engrosar la fila del ejército industrial de reserva o lo que el lenguaje oficial serían los subempleados. En estos centros donde se congrega la pequeña burguesía; en su mayoría pasa a ser embestido por el gran capital monopolista que los ataca de diferentes maneras como son: La detención de subsidios, corte o disminución de los mismos, etc., a estos se puede citar las luchas que diferentes universidades vienen dando más constantemente desde la crisis del 68 a la fecha. En 1980-83 años de grave crisis económica y de tensiones de guerra mundial, la crisis se ha dejado sentir en las Universidades y Centros de Enseñanza Superior. En estos años vemos como se han sucedido las manifestaciones callejeras de Universitarios dentro del país, conflictos en la U.N.A.M., U.A.Y., U.A.N., U.H.N., en la Universidad de Puebla, la de Guerrero, las Normales en todos los niveles.

### C).- EDUCACION, IDEOLOGIA BURGUESA Y MEDIOS DE COMUNICACION.

El capital monopolístico ha iniciado su propia política de masas. Dos medidas destacan al respecto, la creciente privatización de los medios de comunicación masiva, en particular la televisión, y la legalización de complejos agroindustriales en que se pueden forjar el tipo de núcleos de poder que caracterizan al Estado Oligárquico.

En México, la televisión (televisa) ha sido acusada de actividades monopolísticas en los propios Estados Unidos. Está empeñada en una gigantesca campaña ideológica acorde con la política monopolística más reaccionaria, base de una explicación general de los fenómenos sociales y políticos nacionales e internacionales,

que liquiden los remanentes de la ideología populista liberal y nacionalista heredados por el Estado Mexicano. Auxiliados por la radio y por una gran cantidad de periódicos, la televisión ha empezado a generar, con sus plumíferos más agresivos y sus intelectuales arrendados, una campaña anticomunista y antidemocrática - de enormes alcances. En la misma exigen la colaboración de funcionarios públicos y universitarios que de buen o mal agrado contribuyen a la sacralización del nuevo proyecto elitista desnacionalizador y antipopular, usando los más distintos argumentos e imágenes, siempre con el cuidado de que el yanqui aparezca como el bueno, y los hombres y mujeres rubios como inteligentes, hermosos y nobles; los patrones y los ricos como supuestamente refinados y aristocráticos, bebedores de linaje y elegantes y discretos. El ladino, el indio y sobre todo el demócrata y el comunista son pintados en cambio con los más negros colores (demagogos, terroristas, etc.). En la pantalla de la televisión México no aparece. El país real, sus habitantes, sus problemas, son sistemáticamente borrados. Sólo se habla de ellos en los programas muy aburridos en las peores horas, por obligación.

La campaña desnacionalizadora y elitista alcanza una magnitud colosal de la que apenas hay conciencia. Su objetivo -- fundamental consiste en lograr cambiar los hábitos de consumo, la moral los ideales, las prácticas de todo un pueblo que reniega de la política, del poder popular y la democracia de las demandas del pueblo y sus victorias y sus características y de sus rasgos físicos. todo esto a través de medios tan sutiles de la música, juegos, chiste con un contenido ideológico eminentemente burgués deformador de conciencias y por ende profundamente reaccionario.

"La deformación de la mente de los niños y jóvenes mexicanos, a través de la televisión y otros medios, no podrá ser más cruel y sistemática, máxime si tomamos en cuenta que los a-

Alumnos de secundaria diurna-matutina, en el D.F. dedican 198 mil 333 horas a la televisión diariamente. Y en términos generales - como promedio el niño actual dedica tantas o más horas a la T.V. que a la escuela. Y seguramente está sujeto más a la influencia de dichos medios comunicativos (sic) que a la de sus padres mismos (45).

Y para reforzar aún más la ideología existen dos elementos fundamentales propagandísticos como son la escuela y el maestro.

La escuela crea y sostiene mitos de la sociedad tecnológica entre ellos: el mito de la igualdad, el de la libertad y del progreso.

El mito de la igualdad pretende hacer creer que en la sociedad moderna todos los hombres tienen las mismas posibilidades de lograr lo que se proponen, pero la realidad es distinta.- El triunfo de un pobre en la vida es una lotería. La posibilidad de quedarse abajo es mayor que la de sobresalir. Aún más, las escuelas se convierten en factor de discriminación. Las personas - sin título son rebajadas de status y remuneración económica. El acceso a la escuela especialmente en la Universidad, es limitado. Otro de los mitos alimentados por la escuela es el de la libertad. La sociedad capitalista demuestra así su respeto a los derechos inalienables del hombre; la libertad de pensamiento, de opinión de reunión, de cátedra. Me pregunto: ¿Hasta donde llega y para - que sirve la libertad? tan solo para hablar de ella, porque cuando la palabra se transforma en acción el estado y la clase en el poder corre para amordazarla. También sustenta el mito de progreso; se afirma que la sociedad mejora día a día ilimitadamente mediante la ciencia y la investigación; falsa ilusión, la realidad nos demuestra que el progreso no es para la clase trabajadora, - sino que éste lo alcanzan únicamente las clases en el poder.

(45)SAHAGUN BERNAL,VICTOR M.ob.cit.p.175-176.

En los centros de enseñanza media y superior oficiales se dá con frecuencia una lucha ideológica que se manifiesta de múltiples maneras, principalmente en las áreas de ciencias sociales y humanísticas. Ante el inevitable avance y expansión mundial del socialismo científico, ha sido imposible para la clase dominante evitar que en casi todas las Universidades del país se impartan cátedras de marxismo-leninismo, si bien en la mayoría de los casos se despoja a éste de su esencia y relación dialéctica con la realidad para transformarlo en un marxologismo académico - que no rebase los límites de las aulas, divorciado de la lucha de clases y la realidad histórica concreta y no represente un serio peligro para las instituciones del poder burgués. Sin embargo; - aunque la educación en sí es un semillero de cuadros al futuro - servicio de la burguesía, la oligarquía y el estado, los centros de estudio superior no dejan de ser focos de tensión donde se revelan tendencias ideológicas contradictorias que van desde las posiciones ultraizquierdistas o neomarxistas, pasando por las idealistas o ultrarreaccionarias y conservadoras, hasta aquellas que rompen definitivamente con las tradiciones establecidas y se enfrentan de una manera directa a la ideología burguesa con el arma del Socialismo Científico.

Prueba de esto último es la frecuencia con que las autoridades oficiales se han visto en la necesidad de reprimir con alarde de violencia el movimiento estudiantil organizado.

En el terreno de la cultura la ideología burguesa suele poner todo su empeño en controlar las riendas de los intelectuales más destacados, unas veces de manera velada y otras en forma francamente grotesca, para no demostrar fisuras y contradicciones propias de actual fase, el capital monopolista de estado que recorre el país. Indudablemente es el estado el principal "promotor y rector de la cultura.

La proliferación de premios nacionales con los que han

sido galardonadas algunas personalidades en el terreno de la ciencia, las artes, el periodismo, la comunicación, juegan un significativo papel ideologizante en las sociedades ya que influyen a veces de manera decisiva en la conciencia de un gran sector de las clases medias, con frecuencia reproductoras inconcientes o concientes de la ideología burguesa y muy principalmente del "nacionalismo burgués. En la élite de intelectuales multipremiados aflora a menudo el anticomunismo que en nombre de la libertad en general, el respeto a los derechos humanos y a la libre expresión condenan al régimen de los países socialistas y sobre de la Unión Soviética. Semejantes intelectuales, muchos de los cuales han ocupado puestos públicos de relevante importancia, suelen hacer la apología del capitalismo de una manera negativa, suponiéndolo perfectible y apelando a las autoridades en turno para resolver "problemas" como el consumismo; la contaminación ambiental, el congestionamiento de tránsito, la escasez de alimentos, etc..

Afortunadamente no todos los intelectuales del país se dejan arrastrar por las prevendas oficiales. Ante el evidente deterioro del sistema que también a ellos afecta y ante el avance del socialismo en el mundo y la proliferación de los movimientos de liberación nacional triunfante en un número creciente de países, cada vez son más los que cobran conciencia científica, objetiva, de la realidad nacional e internacional y encauzan su lucha y su quehacer cotidiano en contra de la ideología burguesa, fundiendosus intereses con los de las masas explotadas en busca de nuevas formas de enfrentamiento con la clase dominante, reveladoras de la intensificación de la lucha de clases. Lucha que a la postre jugará un papel decisivo en la conformación de una alternativa proletaria socialista, que sea capaz de derrotar a la ideología burguesa que hasta ahora ha maniatado de múltiples maneras la conciencia de la clase trabajadora para justificar la explotación del hombre por el hombre.

## CONCLUSIONES

- 1.- Las normas jurídicas que regulan el uso de los Medios Masivos de Comunicación, teóricamente favorecen la integración de -- nuestra nacionalidad mexicana.
- 2.- Las normas que integran el marco jurídico de la Ley Federal de la Radio y la Televisión, carecen de consistencia jurídica al reglamentar la publicidad y al no someter a la televisión por cable a la mencionada legislación.
- 3.- Por las características del trabajo la violación a los artículos de la Ley Federal de la Radio y la Televisión, es palpable en todo el territorio mexicano.
- 4.- El Estado y la iniciativa privada controlan los medios de - información masiva.
- 5.- En las sociedades divididas en clases sociales antagónicas, - la ideología desempeña una función importante, principalmente en beneficio de la clase poderosa que ha tomado en sus manos todos los medios de comunicación para transgversar la situación real de la sociedad e implementar el pesimismo y conformismo en cada receptor. Por estas y muchas otras razones, considero a la ideología capitalista como una conciencia falsa que utiliza la burguesía para fundamentar la explotación y la dominación.
- 6.- La ideología en el sistema capitalista se manifiesta con una variada expresión que enmudece e impide la realización de la mitad del ser comunicante, transformandolo en receptor pasivo y callado por el mecanismo de la seducción.

- 7.- Los mejores servicios que prestan las agencias de publicidad están en manos de los grandes capitalistas extranjeros.
- 8.- La enajenación del hombre en nuestros días a través de los medios masivos de comunación es alarmante, pues los empresarios capitalistas utilizan éstos medios para enajenar con -- sus productos y sacar grandes ganancias sin importarles en -- que condiciones dejan al mexicano.
- 9.- La publicidad está haciendo grandes estragos al mexicano en la sociedad de consumo en que vivimos, ya que por donde quie -- ra le lanzan dardos enajenantes de los que le será muy difícil librarse.
- 10.- Los medios de comunicación masiva en la sociedad capitalista se consideran vehículos de expresión de la ideología burguesa y del imperialismo.
- 11.- La ideología de la burguesía y del capitalismo, sirve para -- cubrir indirectamente la explotación de la sociedad,utilizan -- do la televisión, la prensa, la radio, el cine y otros me--- -- dios.
- 12.- Es necesario exigir una verdadera comunicación y unos medios de expresión y comunicación propios y no los manipulados, -- que ahora contribuyen a desintegrar a hombre-pueblo para que pueda seguir su explotación en todos los niveles por las él -- i -- tes burguesas e imperialistas.
- 13.- En la etapa actual del capitalismo, el Estado Mexicano no es ya exclusivamente un órgano de coacción encargado nada más -- de asegurar la conservación del régimen capitalista.

no que desempeña un papel creciente en la vida económica como instrumento de explotación y saqueo de la riqueza por el capital monopolista.

- 14.- La educación es un instrumento de la clase dominante que de termina su carácter de acuerdo con los intereses de clase, - así como el ámbito que abarca la enseñanza para su propia - clase y para las clases oprimidas.
- 15.- La escuela en la sociedad capitalista se utiliza como un fa tor de discriminación, debido a que las personas que no cuentan con un título automáticamente son rebajadas de status - y remuneración económica.
- 16.- Mientras se logra el control de los medios masivos comunica ción totalmente, por parte de la clase trabajadora, propongo:
  - a).- la creación de radio difusoras a nivel nacional contro ladas por las organizaciones de masas e instituciones- educativas cuyo objetivo fundamental sea la propagación de la realidad social y que busquen la participación - conciente del pueblo en la solución de ésta.
  - b).- La participación de las organizaciones populares en la programación y difusión de los medios masivos que ac - tualmente funcionan.
  - c).- Es necesario que el lenguaje de la televisión, de la - prensa, de la radio y de la revista se incorpore, al co texto educativo, con el propósito de que los niños y - los jóvenes puedan desarrollar la capacidad crítica que les permita tener recursos para juzgar, recibir y resi - tir los mensajes que la sociedad lanza.



## B I B L I O G R A F I A

- 1.- Academia de Ciencias de la R.D.A.. La Juventud Acusa al Imperialismo. Editorial Macehual. México, 1976.
- 2.- Althusser, Louis. Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado Ediciones Pepe. Colombia, 1978.
- 3.- Arriaga, Patricia. Publicidad Economía y Comunicación Masiva. Editorial Nueva Imágen. México, 1980.
- 4.- Bernal Sahagún, Víctor M. Anatomía de la Publicidad en México. Editorial Nuestro Tiempo. México, 1980.
- 5.- Blauberg, I. Diccionario Marxista de Filosofía. Ediciones de Cultura Popular. México, 1979.
- 6.- Cassigoli, Armando. Conocimiento, Sociedad e Ideología. - - - A N V I E S. México, 1976.
- 7.- Castilla del Pino. La Incomunicación. Ediciones, Península. - Barcelona, 1979.
- 8.- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand. Para Leer al Pato Donald. Editorial, Siglo XXI. México, 1980.
- 9.- Galindo, Alejandro. El Cine Genocidio Intelectual. Editorial, - Nuestro Tiempo. México, 1971.
- 10.- González Casanova, Pablo. Estado y los Partidos Políticos. -- Editorial, Era. México, 1981.
- 11.- Kedrov. Compendio de Historia y Economía. Ediciones de Cultura Popular. México.
- 12.- Konstantinov. Fundamentos de Filosofía Marxista. Editorial, - Grijalbo. México, 1965.
- 13.- Konstantinov. F. Rosental, M. y otros. Fundamentos de Filosofía Marxista y Leninista. Ediciones de Cultura Popular. México, 1978.
- 14.- Lenin. El Imperialismo Fase Superior del Capitalismo. Editorial Progreso. U R S S, 1979.

- 15.- Mattelart, Armand. La Comunicación Masiva y el Proceso de Liberación. Editorial, Siglo XXI. México, 1980.
- 16.- Mitropolski, D. Compendio de Historia y Economía. Ediciones de Cultura Popular. México.
- 17.- Ponce, Anibal. Educación y Lucha de Clases. Editorial, Rojo. Bogotá, Colombia.
- 18.- Politzer, Georges. Cursos de Filosofía. Editores Mexicanos Unidos. México, 1978.
- 19.- Rozhin, V. Introducción a la Sociología Marxista. Ediciones de Cultura Popular. México, 1980.
- 20.- Ruy Sánchez, Alberto. Mitología de un Cine en Crisis. Colección Red Jonás. México, 1981.
- 21.- Sánchez Vázquez, Adolfo. Ética. Editorial, Grijalbo. México, 1980.
- 22.- Silva, Ludovico. Teoría y Práctica de la Ideología. Editorial Nuestro Tiempo. México, 1981.
- 23.- Suárez Díaz, Reynaldo. La Educación, Su Filosofía y su Método. Editorial Trillas. México, 1980.
- 24.- Suchodolski, B. Teoría Marxista de la Educación. Editorial Grijalbo. México, 1965.
- 25.- Varios Autores. El Estado y la Televisión. Editorial Política Nueva. México, 1976.
- 26.- Zubritzki. Compendio de Historia y Economía. Ediciones de Cultura Popular. México.

#### O T R A S      F U E N T E S

Revista del Consumidor # 56. Octubre, 1981.

Revista Estrategia números: 26, 32, 33 y 38.

Insurgencia Popular # 71, Noviembre, 1981.

El Sol de Culiacán, 18 de diciembre de 1981.

Boletín de Información S. C. T. México, D.F. 29 de Marzo de 1982.