

**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México**

---

La comunicación colectiva en México y la dependencia

Author(s): Regina Jiménez de Ottalengo and Georgina Paulín de Seade

Source: *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 34, No. 3/4 (Jul. - Dec., 1972), pp. 595-610

Published by: Universidad Nacional Autónoma de México

Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/3539252>

Accessed: 15-10-2015 08:07 UTC

---

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.



Universidad Nacional Autónoma de México and Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México are collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to *Revista Mexicana de Sociología*.

<http://www.jstor.org>

## La comunicación colectiva en México y la dependencia\*

REGINA JIMÉNEZ DE OTTALENGO  
Y GEORGINA PAULÍN DE SEADE

### *Introducción*

La presentación de este trabajo, tiene por objeto, señalar el papel que la comunicación colectiva juega en los países dependientes, en el marco del sistema de relaciones de interdependencia, integrado por los países capitalistas.

El estudio de la comunicación, (el problema parcial o total que los seres humanos tienen para comunicarse), es interesante en sí mismo y su comprensión no puede soslayarse; en países como los nuestros que se enfrentan a la necesidad de desarrollo y evolución social, presenta características especiales y juega un papel predominante dentro de la supra-estructura cultural.

La comunicación colectiva dentro de un sistema de relaciones interdependientes, no puede ser vista sino en términos del producto de un sistema de relaciones de dependencia de uno de los órdenes institucionales de la sociedad correspondiente.

De donde, nuestro estudio sobre la comunicación colectiva quede enmarcado y ligado dentro de una concepción de "subordinación" como resultante de las relaciones que mantenemos con la metrópoli.

La vinculación entre la comunicación colectiva y la dependencia a través de canales adecuados de control, que permitan sostener el "equilibrio" establecido, contribuye al sostenimiento de la hegemonía de los países rectores y al mantenimiento de la dependencia de las sociedades nacionales latinoamericanas.

El problema que se plantea en la realización de la comunicación co-

\* Los datos aquí manejados fueron obtenidos por Emma Molina M. del Campo y Edna Ibarrondo.

lectiva en nuestras sociedades a la luz de la conceptualización y definición de “dependencia” reconoce, por lo menos, que:

- la “comunicación colectiva” inmersa en el contexto de las sociedades dependientes se atrofia y sólo funge como “información” que configura una de las “técnicas racionales de control” de las élites; y
- el hecho de que nuestra sociedad esté sujeta a los intereses imperialistas de la metrópoli hace que la información esté íntimamente articulada con ellos.

#### LA COMUNICACIÓN COLECTIVA EN EL CONTEXTO DE LAS SOCIEDADES DEPENDIENTES

En nuestro trabajo, entendemos por comunicación la relación que se efectúa entre el emisor de un mensaje y el receptor que retro-alimenta el mensaje emitido. Nos dice Antonio Pasquali que la relación comunicacional supone una “interacción biunívoca del tipo del con-saber”.<sup>1</sup>

Quisiéramos destacar que el proceso de comunicación requiere de dos polos que inter-actúen en tal forma, que se establezca entre ellos un vínculo comunitario.<sup>2</sup> Suscribimos la tesis de Pasquali cuando afirma que “entre dos polos de la estructura relacional (trasmisor-receptor) rige una ley de bivalencia: todo trasmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser trasmisor”.<sup>3</sup>

De manera analítica, podemos decir que el proceso comunicacional requiere no sólo de la emisión de mensajes por parte de uno de los dos polos y de una respuesta a ese estímulo por el que lo recibe, sino una retro-alimentación por parte de éste que en la comunicación los papeles se intercambian (unas veces se actúa como emisor y otras como receptor) pero siempre debe establecerse un vínculo comunitario.

De otra manera, la comunicación lleva implícita la acción del diálogo, es decir, si éste no se establece, la comunicación no existe, por eso cuando nos referimos a la comunicación colectiva presuponemos que existen canales que hacen posible el diálogo entre los grupos que forman parte de una sociedad.

Los canales artificiales de comunicación con mayor alcance en la actualidad son: el radio, la prensa, la televisión y el cine. Cada uno de ellos llega a diferentes niveles de la sociedad y sus mensajes tienen acogidas disímboles.

En sociedades en donde los mensajes que transmiten los canales artificiales, surgen de la problemática social de los grupos que la componen.

en que el público que lee, oye o ve, es parte del mensaje mismo; la comunicación social se da.

Pero como asentamos al principio, si los mensajes están alejados de la problemática de los grupos y sólo sirven a los intereses de unos cuantos, la comunicación se atrofia y sólo llega al nivel de información.

Si partimos del hecho de que para que el diálogo exista se debe transmitir una información que llegue al receptor, que ésta pase y se retro-alimente; los emisores que utilizan los canales de comunicación colectiva deberán cuidar que exista en los receptores: información suficiente, estructuras psíquicas en posibilidad de captarla y una estructura de conciencia real del grupo social de pertenencia.<sup>4</sup> Precisando, los emisores deberán utilizar el mismo universo de discurso de los grupos a quienes dirigen el mensaje y pertenecer a ellos.

Si analizamos el contexto en que se manejan los canales de comunicación colectiva en nuestros países, llegamos a la conclusión de que la comunicación está atrofiada, que el nivel es de información, información precaria que va dirigida a masas, y no a públicos capaces de ser fuente de mensajes. (ver esquema I).

#### CÓMO LA DEPENDENCIA CONFIGURA EL CONTEXTO SOCIAL EN EL QUE SE ATROFIA LA COMUNICACIÓN

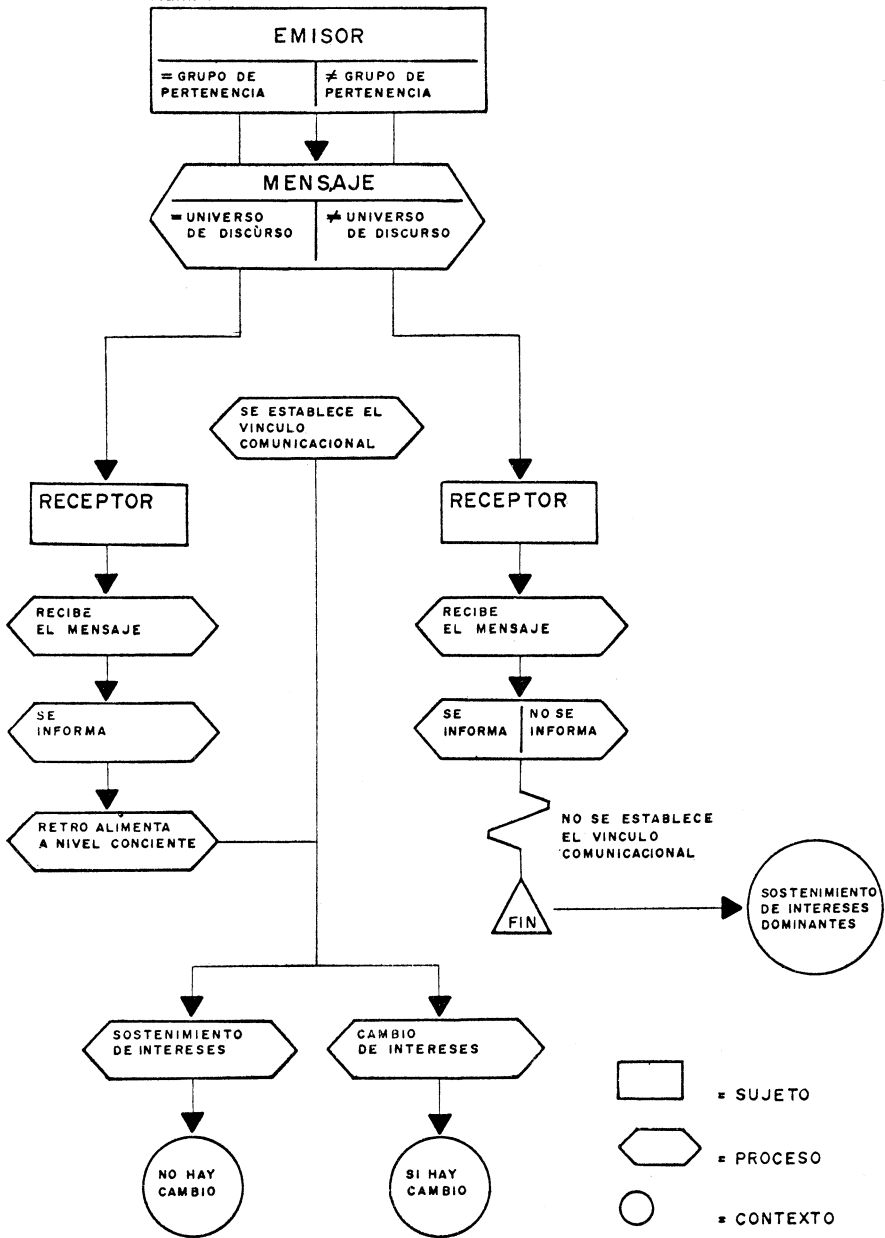
Si partimos del supuesto general de que los países capitalistas forman parte de un sistema de relaciones de interdependencia y que las sociedades nacionales latinoamericanas, ocupan dentro de este sistema, una situación de dependencia,<sup>5</sup> podemos establecer las siguientes aseveraciones que —por mantener una línea de pensamiento que no contradice sino más bien coherencia con el señalado anteriormente— bien podrían constituir una ampliación a tal afirmación, y una base congruente a nuestros propósitos.

La estructura económica o base real de la sociedad, en tanto base de los fenómenos sociales, constituye el conjunto de las relaciones de producción, dentro del cual, el tipo dominante de relaciones de producción determina el tipo correspondiente de base económica.

Ahora bien, si las relaciones de los hombres con los medios de producción se establecen en forma de propiedad privada, las relaciones humanas serán de dominación y de sometimiento y estarán determinando la base económica de tipo capitalista; que a su vez engendrarán las supraestructuras correspondientes.

El papel determinante de la estructura económica con respecto a las supraestructuras en las sociedades capitalistas, se desprende del papel determinante de la economía con respecto a la política. El papel determi-

ESQUEMA COMUNICACIONAL  
Núm. 1



nante de la economía tipo capitalista engendrará una política de dominación y de sometimiento.

Esta política de dominación y sometimiento configura un sistema de relaciones en el que las sociedades implicadas constituyen una unidad estructural, caracterizada por la polarización de los grupos en dominante y dominado, en la que los intereses del primero, en las sociedades dependientes, corresponden a los del sistema total de relaciones.

Si pasamos al plano de la "Comunicación", diremos que la situación entre la base y la supraestructura origina una relación de dependencia dentro de la supraestructura cultural y una relación de dependencia con respecto a los patrones culturales de vida en general, cuya procedencia deriva de la metrópoli.

Lo anterior nos permite el delineamiento de dos facetas: por un lado la institucionalización de la "comunicación colectiva" atrofiada, o sea que se institucionaliza la información en términos de un medio político, a través del cual se mantiene vigente la estructura económica prevaleciente del país en cuestión. Y, por el otro, su utilización como vehículo de expansión y penetración de los patrones culturales de procedencia metropolitana.

En ambos casos, este vehículo fomenta la creación y duración en las sociedades latinoamericanas de un capitalismo colonial y de sociedades nacionales dependientes.

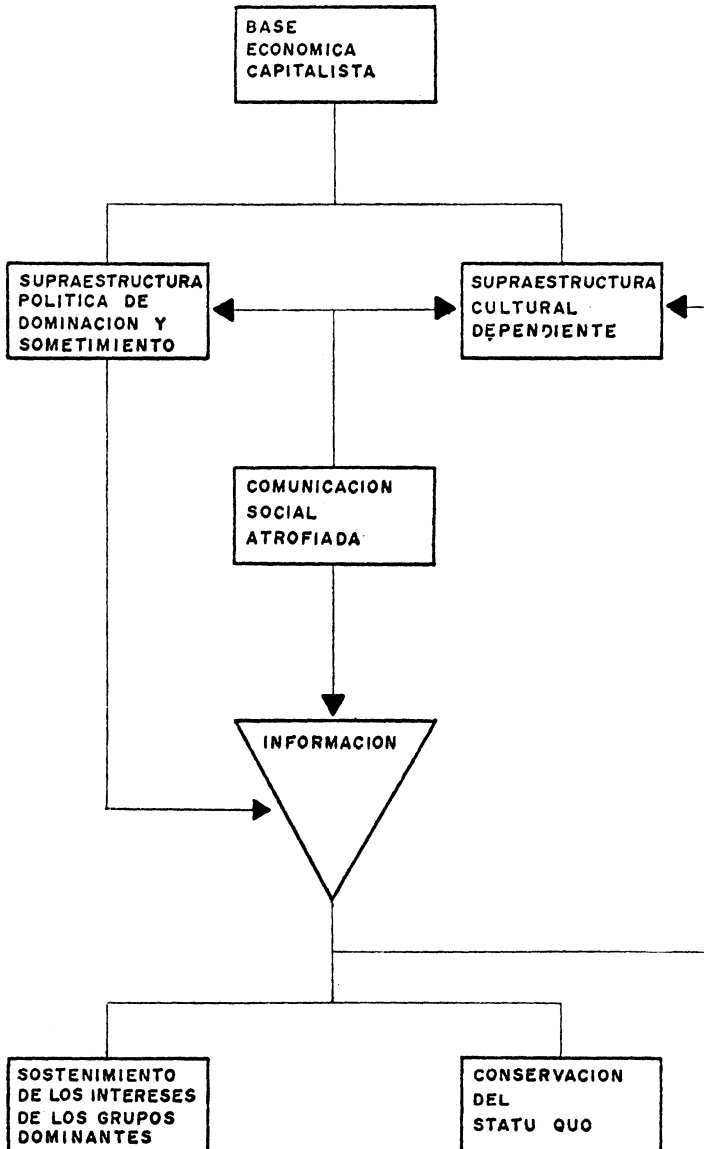
Ahora bien, nos es posible llegar a una esquematización del contexto (esquema II) si consideramos lo referente a la "comunicación" colectiva en el contexto de las sociedades dependientes y lo hasta aquí escrito.

#### LA DEPENDENCIA INTERNA Y LOS MODELOS DE INFORMACIÓN

Una de las resultantes de la situación de dependencia de los países latinoamericanos, como señala Aníbal Quijano es "el hecho de que... los cambios de mayor impacto y visibilidad tienen lugar ante todo en los sectores urbanos".<sup>6</sup> Pero, esta "urbanización" debe ser vista necesariamente como parte del proceso de subdesarrollo general de estos países.

La relación de la "urbanización" y la situación de dependencia, justamente establece —entre otros— el carácter dependiente de la cultura. El estudio de una cultura dependiente dentro de un sistema de relaciones de interdependencia, es de gran interés para dilucidar los caracteres internos y externos de su subordinación. En otras palabras, la dependencia rural de lo urbano y el sistema total de relaciones de dependencia, constituyen formas de imitación e imposición de patrones culturales. Esto es

Núm. 2



resultado de la tendencia de los societarios a imitar a las sociedades de mayor prestigio y de su relación con los mecanismos económicos y los “medios de comunicación colectiva”.

Uno de los ejemplos más tangibles de la “urbanización”, causa y efecto de la dependencia y de la situación de subdesarrollo, fue la política de rápida industrialización de nuestro país, originando una situación antagónica, entre la base y la supraestructura.

Ahora bien, la situación antagónica entre la base y la supraestructura con su implicación de inestabilidad para el mantenimiento del sistema vigente (y consecuentemente para el de los intereses dominantes), agudizó la necesidad por parte del grupo, de dar soluciones de medios políticos que contrarrestasen la intranquilidad a la vigencia de la estructura económica prevaleciente.

Entre los medios políticos utilizados como vehículos de “control social” y como causa y efecto del subdesarrollo y dependencia cultural, está el de la “comunicación colectiva”, en cuanto sólo establece una relación social puramente informativa. En esta relación no existe el diálogo interhumano, tan sólo intenta, para sostener la estructura vigente, mantener informado al ciudadano de tal manera que sirva a la finalidad de los grupos en el poder.

De donde postulamos, que en nuestro país, los grupos económicos rectores imponen desde dentro las normas de la información, mostrando pautas de subordinación a las grandes centrales de la información de las metrópolis, concretamente de Estados Unidos de América.

A manera de ejemplificación, concentramos el número de noticias de un periódico capitalino de circulación nacional, por su fuente informativa y obtuvimos que el 36% de sus noticias tenían fuentes extranjeras, de las cuales una tercera parte, procedían de las agencias estadounidenses. (ver cuadro I, apéndice).

De la programación semanal de los canales capitalinos de televisión, observamos que el 36.4% de ésta, fue elaborada en el extranjero (ver cuadro II apéndice).

De la programación musical de 13 radioemisoras capitalinas, 6 transmiten música mexicana y 7 música extranjera. De éstas, 5 programan música estadounidense (ver cuadro III).

Según leemos en *La democracia en México*<sup>7</sup> el predominio de las películas estadounidenses estrenadas en México es notable en el periodo de 1950-1964, donde el 52.4% fueron de esa nacionalidad, el 23.9% de otras nacionalidades y el 23.7% mexicanas.

Toda la información se emite desde las grandes ciudades. Ahí están concentradas las empresas periodísticas, los canales de televisión y las ra-



diodifusoras. El cine se realiza y distribuye desde la gran metrópoli: ciudad de México.

Parece ser, sin que por ahora podamos probarlo, que existe en el país una estrecha relación entre el nivel de desarrollo de los medios de información y el grado de urbanización. Así vemos, en una información obtenida de una empresa norteamericana que mide "ratings" de los canales de información, que los municipios del país con mayor concentración de población, presentan a su vez, un alto "consumo" relativo de medios informativos, (ver cuadros IV y V apéndice).

No obstante, a través de lo que hemos podido observar en la investigación sobre la Prensa Nacional que estamos elaborando en el Instituto, el contenido de la información está más relacionado con el grado de dependencia que con el grado de urbanización.

Cuando hablamos del nivel de desarrollo de los medios de información, nos estamos refiriendo a la capacidad numérica que éstos tienen de llegar a un mayor número de receptores. Es obvio, que los *factores económicos* delimitan este campo de irradiación. Para poder "consumir" los medios de información se necesita un mínimo de capacidad de compra. En el país el 45.8% de las viviendas cuentan con aparatos de radio, mientras que sólo el 1.8% tiene aparatos de televisión. El número de salas cinematográficas es de 1811, en un país con 48 millones de habitantes. Los periódicos diarios en el país son 1990 con una circulación de 5.657 601 lo que da un número de 5.7 lectores por periódico.

Para ilustrar un poco más el párrafo anterior, tratamos de relacionar un índice de desarrollo socioeconómico<sup>8</sup> con el "consumo" de medios informativos. Concretamente, utilizamos la correlación de rangos de Spearman, entre ese índice de desarrollo socioeconómico y cada una de las siguientes variables: por ciento de viviendas con radio; por ciento de viviendas con televisión; localidades vendidas por número de habitantes; número de personas de 10 años o más por periódico que circula. Todo esto para cada entidad federativa.

De estas correlaciones obtuvimos un valor de 0.01 para el radio, de 0.95 para la televisión, de 0.50 para el cine y de 0.68 para la prensa.

Estos resultados nos dicen que sólo uno de los medios de información, el radio, no se ve afectado por el índice de desarrollo socioeconómico.

Tanto el cine, como la radio, la televisión, y la prensa, en buena parte se mantienen de las inversiones que en publicidad gastan las empresas. Queda claro, que la publicidad va dirigida a los grupos con capacidad de compra y que en mayor número se concentran en las ciudades.

Otro factor que delimita el desarrollo de los medios de información es el político. Cada etapa política maneja los medios de información con

diferentes facetas. El estado mexicano reglamenta a través de la ley el uso de los medios de información, sin embargo, esta reglamentación permite que cada quien imponga sus propias "reglas de juego". Debido a las sutilezas y matices que esto implica, por ahora sólo señalamos la necesidad de su estudio.

Los factores socio-culturales también delimitan el desarrollo de los medios de información. El grado de analfabetismo y el de monolingüismo, (para hablar sólo de los indicadores más gruesos) restringen el consumo de los medios informativos.

El análisis de los medios de información, o en otras palabras de la "comunicación atrofiada", no puede olvidar el factor histórico, como antecedente de la ruptura del vínculo comunicacional de los países capitalistas, y específicamente de los latinoamericanos.

Es importante este factor, no sólo para el estudio de diversas problemáticas sino también para el entendimiento de las bases que consolidan el carácter subordinado de nuestras sociedades, y para la explicación de los rasgos peculiares que caracterizan (dándole personalidad propia), a cada uno de los países implicados.

En el caso concreto de nuestro país, que vivió trescientos años de dominación española, trescientos años de dependencia colonialista; que fructificó en una imperialista, y que hoy como ayer, sufre de una dependencia económica y política desde su gestación como nación, abrió y ahondó la imposibilidad de un ejercicio libre al derecho de opinar, lo cual ha constituido una de las causas que han propiciado la atrofia comunicacional que sufrimos hoy en día.

### *Nota Final*

El contenido de este trabajo, como el lector habrá podido constatar, representa sólo la intención de señalar uno de los aspectos conceptuales de la problemática derivada de la "comunicación social" dentro de un marco estructural de dependencia, y la implicación recíproca de ambos en el entorno social sobre el que se da.

Las inquietudes surgidas en el transcurso del análisis, a pesar de las lagunas de las que adolece nuestro trabajo, dieron confianza para iniciar, a través de la presente coyuntura, un diálogo con aquellos interesados en el tema.

Un diálogo a través del cual, se haga posible la *comunicación* de otros puntos de vista que permitan profundizar, modificar y aumentar lo hasta aquí escrito, con el propósito de enriquecer el modelo que estamos manejando en nuestras investigaciones empíricas en el Instituto, sobre el tema de la comunicación colectiva.

## APENDICE

CUADRO I

NOTICIAS POR FUENTES EN UN PERIÓDICO  
DE CIRCULACIÓN NACIONAL

<i>Tipos de fuentes</i>	<i>Absolutos</i>	<i>Relativos</i>
Nacionales	137	64.0
Extranjeras	77	36.0
Estadunidenses	23	30.0
Otras	47	61.0
Mixtas	7	9.0
Total	214	100.0

FUENTE: Análisis de un periódico del D. F. de circulación nacional, en un día escogido al azar.

CUADRO II

PROGRAMACIÓN SEMANAL DE LOS CANALES DE TV DEL D. F.  
DE ELABORACIÓN NACIONAL Y EXTRANJERA

<i>Elaboración</i>	<i>Absolutos</i>	<i>Relativos</i>
Nacional	446	63.6
Extranjera	255	36.4
Total	701	100.0

FUENTE: Análisis de teleguía en una semana al azar.

CUADRO III

NÚMERO DE ESTACIONES DE RADIO EN EL D. F.,  
POR SU TIPO DE PROGRAMACIÓN MUSICAL PREDOMINANTE \*

<i>Música</i>	<i>Absoluto</i>
Nacional	6
Internacional	
Estadunidense	5
Otra	2
Total	13

\* Sólo se analizaron las estaciones radioemisoras que presentaban una fácil tipificación, dado que el resto presentan música variada, o como en el caso de Radio Universidad y XLA, su programación es de música de arte.

CUADRO IV  
HOGARES CON RADIO EN MUNICIPIOS  
DE 180,000 HABITANTES O MÁS<sup>1</sup>  
1971

<i>Rango</i>	<i>Municipio</i>	<i>Población total</i>	<i>No. total de viviendas</i>	<i>Viviendas con radio Abs.</i>	<i>Rel.</i>
1	D. F. (Valle de Méx.)	6 874 165	1 219 419	1 096 665	89.9
2	Guadalajara, Jal.	1 199 391	176 190	156 266	88.7
3	Tijuana, B.C.N.	340 583	63 244	56 051	88.6
3	Monterrey, N. L.	858 107	147 447	130 576	88.6
4	Chihuahua, Chih.	277 099	48 773	43 159	86.4
5	Morelia, Mich.	218 083	35 475	30 415	85.7
5	Juárez, Chih.	424 135	77 446	66 392	85.7
6	San Luis Potosí, S.L.P.	267 951	41 423	35 448	85.6
7	Aguascalientes, Ags.	224 535	35 157	29 870	85.0
8	Hermosillo, Son.	208 164	34 290	28 965	84.5
8	Torreón, Coah.	250 524	40 725	34 391	84.5
9	Mexicali, B.C.N.	396 324	68 175	57 558	84.4
10	León, Gto.	420 150	62 621	52 517	83.9
11	Puebla, Pue.	532 744	95 632	79 966	83.6
12	Tampico, Tamps.	185 059	35 945	29 869	83.1
12	Veracruz, Ver.	230 220	46 867	38 948	83.1
13	Toluca, Mex.	239 261	39 507	32 667	82.7
14	Mérida, Yuc.	241 964	42 109	34 159	81.1
15	Culiacán, Sin.	360 412	57 494	45 513	79.2
16	Acapulco, Gro.	238 713	41 073	31 092	75.7

<sup>1</sup> FUENTE: INRA de México, S. A.

CUADRO V  
HOGARES CON TV EN MUNICIPIOS  
DE 180 000 O MÁS HABITANTES<sup>2</sup>  
1971

<i>Rango</i>	<i>Municipio</i>	<i>Viviendas</i>	<i>Viviendas con TV Abs.</i>	<i>Rel.</i>
1	D. F. (Valle de México)	1 219 419	857 564	70.3
2	Tijuana, B.C.N.	63 244	43 616	69.0
3	Juárez, Chih.	77 446	47 954	61.9
4	Monterrey, N. L.	147 447	90 868	61.6
5	Guadalajara, Jal.	176 190	106 536	60.5
6	Mexicali, B.C.N.	68 175	40 793	59.8
7	Veracruz, Ver.	46 867	27 435	58.5
8	Puebla, Pue.	95 632	52 587	55.0
9	Chihuahua, Chih.	48 773	24 324	49.9
9	Tampico, Tamps.	35 945	29 869	47.9
10	Torreón, Coah.	40 725	19 437	47.7
11	San Luis Potosí, S.L.P.	41 423	19 734	47.6
12	Mérida, Yuc.	42 109	19 997	47.5
13	Hermosillo, Son.	34 290	15 532	45.3
14	Aguascalientes, Ags.	35 157	15 866	45.1
15	León, Gto.	62 621	25 875	41.3
16	Toluca, Mex.	39 507	16 289	41.2
17	Acapulco, Gro.	41 073	14 871	36.2
18	Morelia, Mich.	35 475	12 507	35.3
19	Culiacán, Sin.	57 494	16 165	28.1

<sup>2</sup> FUENTE: INRA de México, S. A.

## CUADRO VI

## ÍNDICE DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO POR ENTIDADES

<i>Rango</i>	<i>Entidad Federativa</i>	<i>Índice</i>
1	Distrito Federal	8.816
2	Nuevo León	6.456
3	Baja California Norte	5.463
4	Sonora	5.135
5	Coahuila	4.907
6	Baja California Sur	4.349
7	Aguascalientes	3.929
8	Tamaulipas	3.898
9	Chihuahua	3.739
10	México	3.645
11	Sinaloa	2.779
12	Jalisco	2.632
13	Colima	2.141
14	Morelos	2.062
15	Veracruz	1.911
16	Campeche	1.742
17	Querétaro	1.609
18	Guanajuato	1.494
19	Durango	1.490
20	Tabasco	1.311
21	Yucatán	1.204
22	San Luis Potosí	0.683
23	Puebla	0.620
24	Michoacán	0.610
25	Hidalgo	0.529
26	Nayarit	0.376
27	Tlaxcala	0.234
28	Zacatecas	—0.287
29	Quintana Roo	—0.320
30	Guerrero	—0.400
31	Chiapas	—1.037
32	Oaxaca	—1.226

FUENTE: Aguilar Álvarez 2, Antonio Lamadrid Ibarra, *et al.* "Desarrollo socioeconómico comparativo de las entidades del país." Comercio Exterior, México. Banco Nacional de Comercio Exterior, marzo, 1972.

## CUADRO VII

NÚMERO DE VIVIENDAS CON APARATOS DE RADIO  
(ABSOLUTO Y RELATIVO)  
POR ENTIDAD FEDERATIVA  
1970

<i>Rango</i>	<i>Entidades federativas</i>	<i>Total de viviendas</i>	<i>Viviendas con aparatos de radio*</i>	<i>% de viviendas con radio</i>
15	Aguascalientes	52 722	28 085	53.27
31	Baja California Norte	155 867	46 199	29.64
6	Baja California Sur	21 246	13 591	63.97
10	Campeche	42 296	25 293	59.80
8	Coahuila	186 012	117 113	62.96

2	Colima	41 839	28 304	67.65
24	Chiapas	275 436	131 796	47.85
21	Chihuahua	287 514	144 476	50.25
1	Distrito Federal	1 219 419	1 096 665	89.9
5	Durango	149 582	97 495	65.18
22	Guanajuato	358 587	176 469	49.21
27	Guerrero	275 954	126 318	45.78
14	Hidalgo	210 744	112 494	53.38
18	Jalisco	536 134	279 458	52.12
25	México	624 250	289 003	46.30
9	Michoacán	390 339	238 548	61.11
23	Morelos	108 903	52 863	48.54
3	Nayarit	96 444	65 128	67.53
30	Nuevo León	292 153	119 946	41.06
32	Oaxaca	375 398	67 568	18.00
29	Puebla	443 321	191 662	43.24
19	Querétaro	80 870	41 361	51.15
11	Quintana Roo	15 316	8 991	58.70
20	San Luis Potosí	216 461	110 483	51.04
12	Sinaloa	206 750	121 157	58.60
13	Sonora	185 607	102 602	55.28
4	Tabasco	126 715	84 557	66.73
17	Tamaulipas	266 032	138 940	52.23
16	Tlaxcala	72 470	38 452	53.06
26	Veracruz	688 801	318 206	46.20
28	Yucatán	129 642	58 162	44.86
7	Zacatecas	152 927	97 644	63.85
Total		8 285 751	3 795 048	45.80

\* FUENTE: Dirección General de Estadística. Rectificado sobre la información de la Dirección General de Estadística.

#### CUADRO VIII

#### NÚMERO DE VIVIENDAS CON APARATOS DE TELEVISIÓN (ABSOLUTOS Y RELATIVOS) POR ENTIDAD FEDERATIVA \*

1970

Rango	Entidad federativa	Total de viviendas *	Viviendas con TV	% de viviendas con TV
20	Aguascalientes	52 722	1 399	2.65
6	Baja California Norte	155 867	7 324	4.70
30	Baja California Sur	21 246	407	1.92
28	Campeche	42 296	565	1.34
16	Coahuila	186 012	2 713	1.46
31	Colima	41 839	307	0.73
26	Chiapas	275 436	814	0.30
9	Chihuahua	287 514	5 467	1.90
1	Distrito Federal	1 219 419	44 072	3.61
23	Durango	149 582	1 302	0.87
8	Guanajuato	358 587	6 562	1.83
17	Guerrero	275 954	2 115	0.77
21	Hidalgo	210 744	1 374	0.65
5	Jalisco	536 134	8 311	1.55
3	México	624 250	13 179	2.11

12	Michoacán	390 339	3 136	0.80
13	Morelos	108 903	2 998	2.75
29	Nayarit	96 444	526	0.65
4	Nuevo León	292 153	8 782	3.01
22	Oaxaca	375 398	1 358	0.36
7	Puebla	443 321	7 159	1.61
24	Querétaro	80 870	1 276	1.58
32	Quintana Roo	15 316	62	0.40
18	San Luis Potosí	216 461	1 848	0.85
11	Sinaloa	206 750	3 367	1.63
14	Sonora	185 607	2 816	1.52
27	Tabasco	126 715	654	0.52
10	Tamaulipas	266 032	4 327	1.63
19	Tlaxcala	72 470	1 453	2.00
2	Veracruz	688 801	13 999	2.03
15	Yucatán	129 642	2 745	2.12
25	Zacatecas	152 927	849	0.56
Total		8 285 751	153 266	1.85

\* FUENTE: Dirección General de Estadística (sujetos a corrección).

## CUADRO IX

TIRAJE DE PERIÓDICOS<sup>1</sup> Y NÚMERO DE PERSONAS DE 10 AÑOS  
Y MÁS<sup>2</sup> POR ENTIDAD FEDERATIVA  
1970

<i>Rango</i>	<i>Entidad</i>	<i>Tiraje de periódicos</i>	<i>Personas de 10 años y más</i>	<i>Personas por periódico</i>
7	Aguascalientes	42 305	222 454	5.3
9	Baja California Norte	88 777	582 199	5.6
15	Baja California Sur	7 750	85 034	11.0
12	Campeche	18 000	170 838	9.5
2	Coahuila	177 743	247 917	1.4
11	Colima	19 000	160 392	8.4
25	Chiapas	40 200	1 035 871	25.8
6	Chihuahua	208 921	1 077 857	5.2
1	Distrito Federal	4 524 449	4 858 810	1.1
22	Durango	27 400	610 939	22.3
3	Guanajuato	174 318	391 002	2.2
18	Guerrero	80 620	1 047 768	13.0
29	Hidalgo	20 491	794 586	38.8
14	Jalisco	218 387	2 201 970	10.1
27	México	70 427	2 474 047	35.1
16	Michoacán	362 740	4 640 084	12.8
30	Morelos	9 250	414 049	44.7
20	Nayarit	20 050	359 397	17.9
4	Nuevo León	391 000	1 150 643	2.7
28	Oaxaca	38 500	1 465 599	38.1
16	Puebla	132 332	1 695 049	12.8
21	Querétaro	16 143	316 472	19.6
13	Quintana Roo	5 900	56 819	9.6
17	San Luis Potosí	65 790	849 745	12.9
10	Sinaloa	112 038	836 269	7.5
8	Sonora	133 600	743 893	5.6

26	Tabasco	16 500	493 547	29.9
5	Tamaulipas	298 150	983 536	3.3
24	Tlaxcala	12 095	279 136	23.1
19	Veracruz	179 300	2 566 723	14.3
5	Yucatán	160 346	531 085	3.3
23	Zacatecas	26 568	603 379	22.7
Total		7 699 090	32 434 176	

FUENTE: <sup>1</sup> Medios Publicitarios, S. A.<sup>2</sup> Dirección General de Estadística.

## CUADRO X

LOCALIDADES VENDIDAS EN UN AÑO Y POBLACIÓN TOTAL  
POR ENTIDAD FEDERATIVA  
1970

Rango	Entidad	Población total	Localidades vendidas (miles)	Personas por localidades vendidas
7	Aguascalientes	338 142	1 964	5.8
4	Baja California Norte	870 421	7 797	9.0
10	Baja California Sur	128 019	612	4.8
6	Campeche	251 556	1 511	6.0
4	Coahuila	1 114 956	10 059	9.0
2	Colima	241 153	2 255	9.4
20	Chiapas	1 569 053	3 442	2.2
5	Chihuahua	1 612 525	10 991	6.8
1	Distrito Federal	6 874 165	70 611	10.3
13	Durango	939 208	3 591	3.8
9	Guanajuato	2 270 370	11 026	4.9
14	Guerrero	1 597 360	5 724	3.6
21	Hidalgo	1 193 845	2 149	1.8
8	Jalisco	3 296 587	17 948	5.4
21	México	3 833 187	7 078	1.8
12	Michoacán	2 320 042	10 513	4.5
11	Morelos	616 119	2 824	4.6
8	Nayarit	544 031	2 927	5.4
5	Nuevo León	1 694 689	12 952	7.6
22	Oaxaca	2 171 733	2 600	1.2
19	Puebla	2 508 226	7 105	2.8
18	Querétaro	485 523	1 410	2.9
3	Quintana Roo	88 150	818	9.3
15	San Luis Potosí	1 281 996	4 497	3.5
9	Sinaloa	1 266 528	6 208	4.9
6	Sonora	1 098 720	6 617	6.0
17	Tabasco	768 327	2 544	3.3
2	Tamaulipas	1 456 858	13 753	9.4
21	Tlaxcala	420 638	768	1.8
16	Veracruz	3 815 419	13 129	3.4
5	Yucatán	758 355	5 120	6.8
19	Zacatecas	951 462	2 695	2.8
Total		48 377 363	253 288	5.2

FUENTE: Dirección General de Estadística.



<sup>1</sup> Pasquali, Antonio, *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Univ. Central de Venezuela, 1964, p. 13.

<sup>2</sup> Uribe Villegas, Oscar, *Sociolingüística*. Méx. IIS, UNAM, 1970.

<sup>3</sup> Pasquali, *op. cit.*, p. 13.

<sup>4</sup> Obtenido de los cuatro planos de análisis que maneja L. Goldman para la Teoría de la Información. Ver: "La Conciencia posible y la información", en *El concepto de información en la ciencia contemporánea*. México, Siglo XXI, 1966.

<sup>5</sup> Ver, Quijano Aníbal, D., "Dependencia, cambio social y urbanización en Latinoamérica". *América Latina*, p. 97.

<sup>6</sup> Quijano Aníbal, D., *op. cit.*, p. 136.

<sup>7</sup> González Casanova, Pablo, *La democracia en México*. México, Ed. En. 3a. ed., 1969, p. 269.

<sup>8</sup> Ver cuadros VI, VII, VIII, IX y X.