

lo encuentra en **TV**

27/AGOSTO/80

Un rayo de cablevisión

por Guillermo TENORIO

Aparentemente, como un rayo en día luminoso descendió la noticia de que en el sistema comunicativo denominado televisión por cable se prohibía la inserción de mensajes publicitarios.

De esta manera, a la empresa Cablevisión, S.A., ramificación de TELEVISA, se le impidió una desmedida explotación del público televidente y una doble captación de utilidades, puesto que el servicio de TV por cable es suficientemente pagado por el usuario, mientras que los espacios publicitarios lo son por los anunciantes.

La prohibición referida empezó a gestarse cuando la empresa transmitió anuncios de bebidas embriagantes en horarios prohibidos para la televisión en general.

Ante la violación, la autoridad competente sancionó a los infractores: éstos, en uso de sus derechos, solicitaron un amparo contra la autoridad involucrada; sin embargo, el juez que estudió el caso les negó el amparo.

Tado parecía indicar que el problema había concluido; únicamente se haría publicidad a los licores, ron, brandies, vodkas, whiskies, coñacs y cervezas, en los horarios establecidos para ello.

Pero no fue así, pues como ya se dijo, se prohibió en definitiva cualquier tipo de publicidad en el sistema televisivo por cable: la decisión provino del Presidente de la República, de acuerdo a las facultades que le otorga la Constitución y según lo previsto por la Ley de Vías Generales de Comunicación.

DECRETO

Efectivamente, el Presidente de la República expidió un decreto (publicado en el **Diario Oficial** el 18 de agosto pasado) a través del cual se reforman los artículos 6º, 83, 84, 86 y 87, del Reglamento del Servicio de Televisión por Cables.

En cuanto al rayo en día luminoso, es decir, lo sorpresivo del decreto, fue porque en los últimos tiempos la televisión comercial daba la impresión de haberse vuelto omnipotente y nadie podía enfrentársele, menos aún, obligarla a observar plenamente las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y legislaciones afines.

Esta prepotencia se extendía hasta las filiales de la televisión empresarial, como sucede o sucedía, además de Cablevisión, con TELEVICINE, empresa que —según el líder de la ANDA— viola la Ley Federal de Derechos de Autor, al explotar las películas que produce en otros medios distintos a las salas cinematográficas, sin pagar a los actores el porcentaje correspondiente por derechos de autor e intérprete.

Pero, por lo ocurrido en Cablevisión, carecía de validez la impresión que se tenía de la TV comercial y sus satélites: es claro que los instrumentos correctivos se hacen valer para preservar el interés público sobre el particular.

De alguna manera, desde la perspectiva del interés público se formuló el decreto aquí aludido, en el cual se indica que las tarifas cobradas por Cablevisión a los suscriptores del área metropolitana se establecieron luego que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tomara en cuenta "las inversiones, costos y gastos de operación, así como la utilidad razonable para el concesionario y la participación al gobierno, de manera que el sistema sea económicamente autosuficiente".

Y como, por el número de suscriptores, Cablevisión es más que autosuficiente y rentable, queda prohibido introducir cualquier tipo de publicidad, tanto en la programación local o la de origen extranjero.

Ahora sólo resta a la empresa Cablevisión acatar lo dispuesto en las reformas al Reglamento en cuestión: de **no** hacerlo, lo cual equivale a un suicidio, obligaría al Estado a revocar la concesión de los canales que alguna vez fueron del Instituto Mexicano del Seguro Social.