

.....

Entidad federativa	TV Comercial	Cultural
Aguascalientes	2	-
Baja California Norte	7	-
Baja California Sur	1	-
Campeche	2	2
Coahuila	7	-
Colima	2	-
Chiapas	3	-
Chihuahua	9	-
Distrito Federal	5	1
Durango	3	-
Guanajuato	2	-
Guerrero	6	-
Hidalgo	-	-
Jalisco	6	-
México	2	-
Michoacán	1	1
Morelos	-	-
Nayarit	2	-
Nuevo León	4	1
Oaxaca	4	-
Puebla	2	-
Querétaro	3	-
Quintana Roo	1	1
San Luis Potosí	2	-
Sinaloa	7	-
Sonora	8	1
Tabasco	2	-
Tamaulipas	12	-
Tlaxcala	-	-
Veracruz	7	1
Yucatán	4	-
Zacatecas	2	-
Total	118	8

(Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones, Dirección de Normas de Radiodifusión.)

El cable de Televisa

Carola García Calderón

En las últimas décadas la irrupción de nuevas tecnologías en el campo de las comunicaciones ha dado lugar al fenómeno de crecimiento y expansión de los medios de difusión.

A partir de los años sesenta este crecimiento se vio reflejado en redes de microondas, en nuevas técnicas de televisión, en sistemas de transmisión instantánea de información y en otros avances que paulatinamente se fueron adecuando a la comunicación de las sociedades industriales.

La comunicación masiva, producida a nivel industrial, se convirtió en un componente inseparable de las sociedades actuales, cuando las ciudades empezaron a crecer y los hombres se incorporaron a una división del trabajo más compleja que fue dejando el tiempo libre en manos de los medios electrónicos.

La sociedad industrial contemporánea, llamada así por los autores que observaban el desarrollo y el crecimiento urbano en las principales naciones capitalistas, llegó a manifestarse en algunas ciudades de países subdesarrollados que habían adoptado el modelo de desarrollo de su centro de influencia y que reunían grandes conglomerados humanos en torno a los centros de producción.

La ampliación de las comunicaciones correspondiente a este crecimiento industrial y al desarrollo tecnológico permitió que estas *extensiones del hombre* llegasen a adoptar un papel inseparable del medio urbano. La radiodifusión primero y después la televisión se convirtieron en las formas de comunicación a cuyo desarrollo se orientaron las grandes empresas. Igualmente las nuevas tecnologías y su experimentación han estado vinculadas, desde su surgimiento, a proyectos industriales y comerciales que se encargan de conjuntar los avances tecnológicos con mercados y formas de consumo.

De tal manera en el momento actual la industria de las telecomunicaciones ha incorporado adelantos que empiezan a dar lugar a nuevos sistemas de comunicación, algunos de los cuales se hallan en proceso de experimentación y otros están extendiéndose, dependiendo su desarrollo, en gran parte, de las aplicaciones comerciales del mercado existente: tal es el caso de la televisión por cable.

La televisión por cable, conocida también como Cable TV, CATV y especialmente como Cablevisión, es un sistema que tiene sus orígenes en los años cuarenta, cuando John Walson, distribuidor de aparatos electrónicos en Pennsylvania, descubrió una forma de mejorar las imágenes borrosas y captar estaciones distantes mediante la instalación de una antena en la cima de una montaña cercana que se conectaba a su televisor mediante un cable coaxial.

Este método permitía superar los problemas que afrontaban las señales aéreas de televisión, las cuales, al viajar en una trayectoria recta, no tienen posibilidades de adaptarse a obstáculos físicos, como montañas distantes o condiciones climatológicas adversas, o a problemas técnicos como las interferencias de elementos artificiales.

Así, la televisión por cable partió del principio básico de que, si las antenas maestras de un edificio distribuían señales de televisión a varios aparatos en la misma construcción y "si era posible alimentar varios televisores con una señal, el mismo principio podía operar para una comunidad".¹

La TV Cable empezó con proyectos comunitarios en pequeñas poblaciones de los Estados Unidos, de ahí su nombre de "técnica adyacente en zonas rurales y sectores apartados",² cuya recepción directa de televisión resultaba defectuosa. Pero básicamente el desarrollo de la televisión por cable se dio a par-

tir de su explotación comercial: mediante una suscripción anual se ofrecía una imagen de mejor calidad que la de la televisión aérea y una programación exclusiva.

Fueron las mismas cadenas de televisión o las grandes compañías cinematográficas las que iniciaron el uso de la televisión por cable como un servicio que se paga y como complementario a la televisión en zonas residenciales de ciudades principales. En México, el desarrollo de la televisión por cable ha tenido los mismos orígenes, ligada a intereses comerciales.

Cablevisión

De acuerdo con el Reglamento de la Televisión por Cable, este servicio es "el que se produce mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas".³

Dicho Reglamento data de 1979. La primera estación, según los concesionarios de esta industria, se inició en 1954 en Nogales, Sonora; una placa de bronce en la calle Elías conmemora tal hecho:

Aquí nació la televisión por cable en México
1º de abril de 1954
Mario de la Fuente, concesionario⁴

A partir de esa época la TV Cable se desarrolló aisladamente, sobre todo en el norte del país; no fue sino hasta los años setenta cuando adquirió cierta extensión en el territorio.

• • • • •

NO LES GUSTÓ EN SAHUAYO

Los vecinos de Jiquilpan y Sahuayo, del estado de Michoacán, rechazaron la televisión comercial privada y exigieron al presidente municipal, al gobernador del estado y a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que termine con los abusos de Cablevisión de Jiquilpan y Televisión de Sahuayo. El descontento se inició porque ambas empresas privadas transmiten señales a precios elevados de los canales 2, 4, 5, 11 y 13. (El Día, 14 de mayo de 1984.)

• • • • •

Fue sobre todo la empresa privada de televisión la que impulsó el desarrollo de la televisión por cable, al tiempo que la sujetaba a ciertas formas de producción: el cable servía para recibir canales aéreos con mayor calidad, tenía un número limitado de anuncios y se conformaba con programación directa de los Estados Unidos.

Con la aparición de Cablevisión en el Distrito Federal la televisión por cable se convirtió en un acontecimiento. La empresa Televisa fue la impulsora de esta red de cable que se inició con dos canales en inglés y que actualmente opera cinco canales.

Cablevisión se organizó en 1966 e inició sus operaciones en 1970, año en que se empezaron a desarrollar las estaciones de televisión por cable, de tal manera que en 1970 existían sólo seis sistemas de TV Cable en el país; en 1974 aumentaron a 24 y en 1979 llegaron a ser 56.⁵

De 1979 a 1982 no se abrió ningún nuevo sistema, pero según los reportes de la Cámara de la Industria de la Televisión por Cable,⁶ existían 37 sistemas en instalación y 49 en trámite; sin embargo el número de suscriptores sí ha crecido, pues en 1970 eran 2 500; en 1977 ascendían a 91 819; en 1979, eran 210 511; y para 1982 se reportaban 280 432.

De esta forma, se afirmaba que en marzo de 1982 la TV Cable llegaba a 300 000 hogares y a más de millón y medio de mexicanos. Del total de sistemas de televisión por cable en el país, el mayor es Cablevisión, S.A., que en 1982 contaba con 56 017 suscriptores.⁷

Es decir, el 23 por ciento del total de suscriptores en el país están afiliados a una sola empresa, la única que opera en el D.F., y cuya presencia adquiere rasgos monopolícos.

La estructura de Cablevisión

La tendencia a la integración de la industria de la comunicación no es ajena a Cablevisión. Esta empresa forma parte del grupo Televisa, que controla la radio, la televisión, y cuya presencia es importante en el campo editorial y cinematográfico.

Su instalación requirió grandes inversiones, que, al igual que en los Estados Unidos, sólo pudieron ser solventadas por la industria de la televisión, que adaptó a la TV Cable como un servicio complementario.

En los Estados Unidos fueron Teleprompter, Warner Cable,

la Hughes Aircraft; en México, Televisa, que formó en el D.F. Cablevisión, Telecable y Cablepelículas.

Estas tres empresas tienen la misma relación, como se ve en sus accionistas y en sus consejos de administración.

Cablevisión tiene como principal accionista a Emilio Azcárraga Milmo⁸ y en diciembre de 1981 el capital registrado era de 122 millones y medio.⁹

Tecnicable¹⁰ tiene 1 300 acciones, de las cuales 51 por ciento está en poder de accionistas como Alejandro Sada Olivares y Jesús Lozano Guerra, quienes poseen también capital en Cablepelículas, 637 acciones son propiedad de la Jackson Communication Corporation, lo cual la convierte en socio mayoritario.

Cablepelículas es la empresa que se dedica a distribuir, reproducir y grabar las películas que se transmiten por Cablevisión y, aparte de los accionistas ya señalados, tienen poderes para manejar la empresa: Emilio Azcárraga M., Rómulo O'Farril, Jr., Miguel Alemán Velasco, Fernando Díez Barroso y Guillermo Cañedo.¹¹

Además de estas tres empresas, Televisa posee también Galavisión, que transmite por cable a la población hispanoparlante de los Estados Unidos y Puerto Rico, con películas en español, telenovelas y eventos especiales.

Galavisión surte de material de televisión por cable a la Spanish International Network,¹² red de televisión en los Estados Unidos que llega a 12 millones de televidentes hispanoparlantes; de ésta, 75 por ciento de acciones pertenece a Televisa. Esta red ha sido acusada de constituir un monopolio y la base de su programación está formada por material de la televisión mexicana.

Las transmisiones de Cablevisión y de Galavisión se efectúan a través del satélite *Westar*. En México, las imágenes de Cablevisión se obtienen de tres formas: programas nacionales y repetición de canales locales; programas a través de microondas o satélites; y *cassettes* o películas extranjeras. Para ello, Cablevisión cuenta con una torre y con antenas recortadas para los canales del D.F., y con un receptor para captar del extranjero. En ese centro de procesamiento las señales se mezclan y se distribuyen por el cable.

Cablevisión, además de esta asociación a nivel de películas y material proveniente de los Estados Unidos, depende, al igual

que el resto de los servicios de TV Cable en el país, de los proveedores de equipo para el sistema; entre los principales se encuentran: ANITEX Pruzan Inc.; Anaconda CATV LTD; Cable TV Supply Co.; Blonder Tongue Labs.; Delta Benco Cascade; Aparatos Metálicos para Electrónica; Jerrold Electronics Corp. y RCA Community Television Systems.

El proyecto cultural

Cablevisión es un servicio que se inició en zonas residenciales del D.F. (Las Lomas, Polanco, San Ángel) y posteriormente se fue extendiendo a colonias habitadas por sectores medios. Su principal atractivo han sido desde su inicio las películas de reciente factura que transmite y la proyección exclusiva, o con mucha anticipación, de programas norteamericanos, sobre todo musicales o especiales.

Desde el inicio de sus transmisiones, Cablevisión se manejó en forma elitista, por el costo del servicio y porque sus emisiones eran en inglés sin subtítulos; actualmente ya incluyen subtítulos y existe un canal de películas en español.

El proyecto cultural de Cablevisión se ha dirigido a los grupos sociales que por su surgimiento histórico, por su posición económica y por su formación cultural resultaban más afines a la asimilación de valores y patrones norteamericanos.

Así, los sectores medios, que desde los años cincuenta rechazaron la cultura nacional y voltearon hacia el cine, la música y los programas de la TV estadounidense, encontraron en Cablevisión esa tendencia a *distinguirse* de otros grupos sociales, y además la oportunidad de practicar su inglés.

Los primeros canales de Cablevisión fueron el 7 y el 10, que desde 1970 están dedicados a repetir la programación de canales contratados con las mayores cadenas de los Estados Unidos, fundamentalmente series filmadas y noticiarios.

Posteriormente, en 1977 surgió el canal 20 (Telestar), que difundía, durante las 24 horas del día, el reporte del tiempo, las noticias, datos financieros y la información sobre horarios de medios de transporte; después se tuvo el proyecto de dedicarlo exclusivamente a la proyección de noticiarios y actualmente transmite deportes desde los Estados Unidos.

El canal 16 proyecta películas de estreno en inglés y programas musicales, en tanto que el canal 23 difunde tres películas

en español al día y su tiempo total de transmisión diaria es de ocho horas.

En 1980 Televisa empezó a desarrollar un proyecto para que la televisión por cable llegara a zonas proletarias, con una intención aparentemente educativa, pero que encubría un proyecto de control social; finalmente, con la crisis y las devaluaciones, el proyecto fue cancelado o pospuesto.

En 1982 se habló también de un canal cultural por cable, pero el proyecto no se llevó a cabo. A pesar de las diferentes variaciones en la programación, el proyecto de Cablevisión se encuentra bien definido: mantener sus ganancias, ya sea a través de programas extranjeros o de la repetición de canales locales con una imagen clara. Esto, a pesar de que desde 1980 se suprimió la publicidad en este servicio.

Legislación de la televisión por cable

Si bien la televisión por cable se inició desde 1954 y su crecimiento se dio en 1970, no fue sino hasta 1979 cuando se promulgó una reglamentación específica al respecto.

Antes de eso, Cablevisión operó en dos formas: considerada como similar a la televisión aérea, y por lo tanto regida por la Ley Federal de Radio y Televisión, o simplemente al margen de dicha ley, ya que por su técnica y sus características precisaba otro tipo de reglamentación.

CHESPIRITO EN BOGOTÁ

Televisa vende 24 mil anuales de programación a Latinoamérica y penetra en 16 millones de telehogares de los Estados Unidos. Por donde quiera mirarse el mapa latinoamericano hay presencia televisiva mexicana. Desde enero, Rina es un éxito en Chile, en donde es tal el suceso de Chespirito que reunió 75 mil niños en el Estadio Nacional de la capital. En Bogotá los nombres de El Chavo, del Chapulín Colorado y de Capulina siguen al tope de las audiencias. La popularidad de Raúl Velasco y del Loco Valdés crecen en los Estados Unidos desde que el sistema Univisión traslada sus ciclos hasta el país del norte. (Proceso, 6 de marzo de 1978.)

En general, la actividad del cable se ubica dentro de lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,¹⁷ que determina que el espacio utilizado para la instalación y las transmisiones corresponde a la nación y que ésta puede concesionarlo u otorgar permisos para su explotación.

Por lo tanto, Cablevisión es un servicio público concesionado, que también se rige por la Ley de Vías Generales de Comunicación y cuyas normas de instalación son fijadas por la Secretaría de Comunicaciones; así, la TV Cable se rigió (respecto a concesiones y permisos) por la Ley de Radio y Televisión, pero su programación y contenidos se vieron al margen de cualquier reglamentación.

En 1979, atendiendo a que la TV Cable requería un tratamiento especial, se promulgó el Reglamento del Servicio; este intento por regular dicha actividad resultaba de alcance limitado e incurría en ciertas contradicciones.

De esta forma, la televisión por cable se definió, en el artículo segundo del Reglamento, como un servicio "que se proporciona por suscripción", limitando así su explotación al uso comercial. Además, por este servicio público concesionado el gobierno y las comunidades tienen derecho a tres canales por cada concesión; de acuerdo con esto, la Cámara de la Industria de la Televisión por Cable¹⁸ reconoce que debería haber actualmente 168 estaciones a disposición del gobierno.

La Secretaría de Comunicaciones se encarga de fijar tarifas, normas técnicas y de autorizar la difusión de canales extranjeros. En el artículo 16 de la Ley de Bienes Nacionales y en el 35 del Reglamento, se señala que la SCT aprobaría la documentación, a fin de evitar el acaparamiento de las acciones en pocos concesionarios. Sin embargo, en la constitución y desarrollo de la TV Cable se observa una marcada tendencia al monopolio.

Si bien el Reglamento estipula el pago de impuestos sobre los ingresos de las empresas (artículo 27), al mismo tiempo brinda márgenes de beneficio a los concesionarios, ya que no existe la obligación de ceder tiempo al Estado. La televisión por cable se compromete a distribuir íntegra la señal cuando los canales nacionales de televisión que retransmiten se encadenen, pero esto no sucede en los canales procedentes de los Estados Unidos.

En el Reglamento de 1979, las ventajas para los concesionarios eran aún mayores, pues se les permitía la inserción de publicidad comercial, aunque se limitaba a cinco minutos la

transmisión de anuncios "en relación con el horario contratado" (artículo 88). Asimismo, no se autorizaban más de seis interrupciones comerciales por cada hora de transmisión (artículo 89).

Con esta legislación, la televisión por cable privada y comercial se desarrolló libremente.

En 1980, a raíz de una serie de discusiones y cuestionamientos sobre la televisión comercial y, sobre todo, cuando estaciones del norte del país difundieron publicidad de bebidas alcohólicas fuera de los horarios autorizados, se ordenó el retiro de la publicidad, por considerar que la cantidad pagada por los clientes era ya suficiente para mantener las necesidades de la empresa.

Ante el rechazo abierto de varias estaciones en el norte de México, la SCT ordenó la suspensión temporal de algunas de ellas.¹⁹

El 18 de agosto de 1980, se aprobaron las Reformas al Reglamento,²⁰ y ese mismo día la SCT y Televisa firmaron un convenio para la instalación de estaciones terrenas repetidoras de señales de satélite, lo cual vino a restablecer la armonía entre ambos sectores y a sentar bases para futuros acuerdos de colaboración.

El decreto reformó los artículos 60, 83, 84, 86 y 87, es decir, los que autorizaban la emisión de publicidad y fijaban las facultades de la Secretaría de Comunicaciones para establecer tarifas sobre ese concepto.

.....

TELEvisa, DEMANDADA

Televisa ha sido demandada en los Estados Unidos por intentar controlar ilegalmente toda la televisión en español. El consorcio controla la Spanish International Network (SIN), con dos millones de espectadores regulares y ventas por 18,5 millones de dólares en 1980. A través de la SIN, Televisa pretende controlar la Spanish International Communications Corporation (SICC), que posee cinco de las once estaciones que transmiten de tiempo completo en español en los Estados Unidos. (Solidaridad, febrero de 1981, México.)

.....

Los artículos 85, 88, 89 y 90 fueron derogados; en ellos se establecían los permisos, el tiempo destinado a la publicidad y el pago de impuestos.

Las consideraciones para suprimir la publicidad en la televisión por cable fueron:

a) que el servicio debería ofrecer una mejor calidad tanto en la señal como en el contenido;

b) que las cantidades cubiertas por los suscriptores, tomando en cuenta los costos de operación, la utilidad para el concesionario y la participación del gobierno, consiguieran que el sistema fuera autosuficiente;

c) que el desarrollo del servicio le permitiera estabilidad económica, de tal forma que otra fuente de ingresos, la publicidad, se hacía innecesaria.

Con respecto al contenido, la programación extranjera no encontró regulación, y lo establecido por la Ley de Radio y Televisión no resulta aplicable a Cablevisión, sobre todo cuando señala que el idioma de las emisiones debe ser el español.

Las reformas, a la larga, al no modificar más que el aspecto publicitario, permitieron a Cablevisión seguir operando de la misma manera, con una inversión mínima, con enlaces vía microondas y vía satélite, y con gastos solamente en la compra de programas.

De esta manera, el Estado dejó desarrollarse la TV Cable libremente sin considerar la importancia de su explotación y las posibilidades de desarrollo de esta nueva tecnología, que, al igual que la televisión aérea, constituye un bien estratégico que no se puede dejar sin una regulación clara y precisa.

LA GUELAGUETZA EN KANSAS

Le estamos vendiendo chiles a Clemente Jacques, con los programas noticiosos que se transmiten en los Estados Unidos; Raúl Velasco les está enseñando la Guelaguetza, con lo cual se demuestra que hay un rescate de nuestra cultura en aquel lugar. (Ricardo Rocha, conductor de Para gente grande, en El Sol de México, 26 de abril de 1982.)

El futuro de Cablevisión

Se ha pensado que la operación del satélite en 1985 vendría a hacer obsoleto el servicio de televisión por cable; pero contrariamente a esta idea, Cablevisión se prepara ya para ampliar sus alcances al conectarse con un satélite directo, ya que le permitiría posibilidades de diversificación y eliminaría posibles interferencias en las señales.

Técnicamente, su costo es menor y tiene amplias posibilidades de utilización, ya que aparte del uso al que se ha reducido hasta ahora (transmisiones de TV-aérea), disminuye los costos de recepción colectiva al utilizar la teledistribución, que permite entregar entre 28 y 35 canales.

En Canadá y en los Estados Unidos existen experiencias de usar el cable para relevar contadores de agua y electricidad y para organizar sistemas de alarma,¹⁷ esto implica una relación de retorno con un canal que permite a los suscriptores responder; sin embargo, por el elevado costo de los servicios, no ha encontrado aún un mercado importante para su consumo.

En sí el sistema unilateral, sin canal de doble vía, opera con un principio simple de imágenes procesadas en una central que se envían a subestaciones, y el problema de instalación de cables subterráneos puede ser superado por los satélites de transmisión directa.

Los sistemas de comunicación de retorno y el facsímil constituyen las primeras experiencias que algunos consideran como

MONOPOLIO

La presencia de Televisa como dueña de las tres cuartas partes de SIN se explica —aun cuando la ley de los Estados Unidos prohíbe que haya más de 20 por ciento de propiedad extranjera en cualquier estación de radio y televisión— porque SIN es un centro de programación y por ello no tienen vigencia en dicho caso las limitaciones legales. El negocio del monopolio privado mexicano es vender la programación al mercado norteamericano. (Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, Diagnóstico e inventario de televisión, México, 1981.)

los antecedentes de ciudades comunicadas por cable; sin embargo, abrir una vía de acceso al público en la emisión de respuestas tiene dos vertientes: un mayor control por parte del emisor, ya que se tiene posibilidad de conocer las características exactas del auditorio, y un mayor control social.

De mantenerse la tendencia de desarrollo mercantil de la televisión por cable, las perspectivas serían: una ampliación de sus alcances y un mayor control del público. Ante este panorama, el Estado no puede continuar dejando su desarrollo en manos de grupos comerciales, sin regular su uso, que ha estado asociado con proyectos culturales extranjeros, y sin asumir el manejo de los 168 canales que le corresponden, y que podrían ser utilizados en proyectos comunitarios y acordes con la cultura nacional.

NOTAS

¹ Santa Olalla Becerra, *Mantenimiento para un sistema de televisión por cable*. ESIME, IPN, tesis, México, 1979, p. 5.

² A. Mattelart, *Agresión desde el espacio*. Siglo XXI Editores, p. 36.

³ "Reglamento del Servicio de Televisión por Cable", artículo 2º, *Diario Oficial de la Federación*, 18 de enero de 1979.

⁴ "XXV aniversario de la televisión por cable en México," en *CANITEC*, año IV, núm. 10, mayo de 1979.

⁵ *La TV por Cable*, *CANITEC*, marzo de 1980, datos de la SCT y de la *CANITEC*.

⁶ *Directorio CANITEC 82-83*, junio de 1982, datos SCT y *CANITEC*.

⁷ *CANITEC*, núm. 14, julio de 1982.

⁸ Los otros accionistas son Felipe Fernández, Óscar Gutiérrez Villalobos, Darío Pastrana y Julio Barba Hurtado. Registro Público de la Propiedad; Folio Mercantil, 31 174.

⁹ Registro Público de la Propiedad; Folio Mercantil, 31 174, diciembre 9 de 1980; enero 20 de 1981 y diciembre 18 de 1981.

¹⁰ Registro Público de la Propiedad; Folio Mercantil, 23 212 y Libro 3, V. 965, Foja 50, Núm. 41.

¹¹ Registro Público de la Propiedad; Folio Mercantil, 23 212.

¹² La Spanish International Network es la cuarta más grande cadena en los Estados Unidos. Jesús Roldán Acosta, "Televisa y sus nexos en los Estados Unidos", en *Gaceta de la Facultad de Ciencias Políticas*, noviembre 30 de 1980.

¹³ En los artículos 27 y 42 constitucionales, el espacio aéreo, el mar y el subsuelo se consideran originalmente como propiedad de la nación.

¹⁴ *CANITEC*, núm. 13, mayo de 1982.

¹⁵ *Novedades*, 27 de agosto de 1980 y 28 de agosto de 1980.

¹⁶ *Diario Oficial de la Federación*, 19 de agosto de 1980.

¹⁷ Patrice Flichy, *Les Industries de l'Imaginaire*, Presses Universitaires de Grenoble, Institut National de L'Audiovisuel, París, 1980, pp. 108-109.

UNIVISIÓN EN LOS ESTADOS UNIDOS

Actualmente la cobertura de Univisión en el mercado hispanoparlante de los Estados Unidos cubre 26 estados con una capacidad de sintonía de más de 3 millones 200 mil telehogares localizados en esta forma:

Cobertura SIN

Estado	Tele-hogares
Arizona	122,5
California	1 343,5
Colorado	61,7
Connecticut	35,6
Distrito de Columbia	31,5
Florida	272,4
Georgia	0,2
Idaho	0,7
Indiana	2,3
Illinois	2,0
Iowa	0,1
Kentucky	0,5
Louisiana	0,2
Massachusetts	0,1
Michigan	19,5
Missouri	0,6
Nevada	11,8
Nueva Jersey	1,0
Nuevo México	74,7
Nueva York	715,3
Oregon	1,1
Pennsylvania	41,3
Rhode Island	0,1
Texas	497,5
Washington	0,8
Wisconsin	0,6

(Fuente: Televisa, enero de 1983.)

Alberto Rojas Zamorano

El uso de la comunicación social para la calificación de la fuerza de trabajo es relativamente nuevo en nuestro país. Prácticamente es a partir de los años setenta cuando se inicia esta tendencia, primero con la experiencia gubernamental de la Telesecundaria, luego con las telenovelas educativas de Televisa y la transmisión de la serie infantil *Plaza Sésamo*. Para entonces la televisión mexicana ya había demostrado ampliamente sus facultades para la inculcación ideológica y la aceleración de la circulación del capital, funciones propias de los medios masivos de comunicación.¹

El uso educativo de la televisión se gesta en una época crítica para la nación. Las contradicciones sociales acumuladas por décadas amenazaban seriamente la paz lograda por los gobiernos postrevolucionarios. La crisis estudiantil de 1968 y la gran variedad de movimientos urbanos y rurales daban cuenta del malestar social y de la gravedad de los conflictos. El aparato escolar, por su lado, empezaba a mostrarse incapaz para satisfacer la creciente demanda de calificación de la fuerza de trabajo de una población en aumento.

En este contexto, gobierno y empresarios buscaron que la comunicación de masas contribuyera significativamente para moderar los conflictos sociales. Los medios de comunicación