

Redes públicas de telecomunicaciones: el futuro inmediato de la TV por cable en México¹

A
M
C
L
A
J
E
S



Trámplas

Delia Crovi Druetta

Profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora Nacional, Sistema Nacional de Investigadores, SNI, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Miembro del Comité Directivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Actualmente, es responsable de la investigación "Medios de comunicación y construcción social de la incertidumbre", de la Universidad Nacional Autónoma de México.

En 2004 la televisión por cable de México cumplió cincuenta años de vida. Ha sido un medio que, de manera casi silenciosa, fue cambiando la oferta televisiva, haciéndola más diversa y plural, pero también, afianzando la división en televisión entre TV abierta o generalista y la de paga. En efecto, aunque actualmente existen otros tipos de señales (TV directa al hogar y señales multipunto, multicanal, entre otras), el cable fue pionero entre los sistemas que cobran a los usuarios para recibir más canales.

¿Qué ha pasado en estos 50 años en la TV por cable de México? ¿Cómo ha sido su evolución? ¿Qué estrategias siguieron

los concesionarios de señales de cable para ir sorteando los retos que se presentaron durante la segunda mitad del siglo XX y los inicios del XXI? ¿Podemos hablar hoy de una auténtica industria de la TV por cable? Estas son algunas de las preguntas que buscamos responder en este artículo, que analiza los cambios más importantes que ha experimentado la TV por cable en su medio siglo de vida. Rescatamos algunos de los hitos de la historia que ha vivido la televisión por cable en México y consideramos que estos 50 años han estado atravesados por los tres ejes, determinantes para el desarrollo del sector: el tecnológico, el económico, y el social.

El cable como innovación tecnológica

La televisión por cable, *CATV*, también conocida como sistema de televisión por cable, teledifusión, teledistribución o cablevisión, comenzó a emplearse en 1948 en Astoria, Estados Unidos, con un sistema desarrollado por Ed Parson, quien junto con Bob Tarlton se consideran pioneros de este medio. Dos años más tarde, Tarlton, de Panther Valler, Pennsylvania, diseñó un proyecto tecnológicamente más avanzado con el cual demostró que la televisión por cable podría llegar a ser un éxito comercial.

A partir de este inicio, el desarrollo de la *CATV* se produce por el entrecruzamiento de los tres ejes ya mencionados: tecnológico, económico y social. En efecto, por un lado se trató de una importante innovación tecnológica que surgía casi en paralelo a la incipiente televisión abierta; por otro, se presentaba como una oportunidad de negocio; en tanto que desde el punto de vista social constituía la respuesta a los receptores que buscaban contar con mensajes plurales y variados.

Ya había transcurrido casi la mitad del siglo XX y algunos de los problemas que hoy nos abruman comenzaban a asomarse: la creciente urbanización, la explosión demográfica, la concentración poblacional en las grandes ciudades, así como la consolidación de la sociedad de masas, un proceso iniciado a comienzos del siglo que poco a poco pasó a ser una de sus características más destacadas. La televisión, el medio que estaba transformando las relaciones sociales

de ese tiempo, tenía sus propias necesidades, algunas derivadas de los factores mencionados. En las grandes urbes, edificios, motores y fábricas, producían interferencias, mientras que en el ámbito rural causas de orden geográfico, climático y las distancias naturales, hacían que las señales llegaran de manera inadecuada y deficiente. Adicionalmente, la televisión abierta como medio de comunicación en franco desarrollo, percibía la necesidad de contar con cobertura nacional, un aspecto en el que los empresarios identificaban un nuevo nicho de mercado.

México fue uno de los primeros países del mundo en incorporar la *CATV*, innovación tecnológica prometedora en lo económico y en lo social. Según el Diario de la Federación del 18 de mayo de 1957, se otorgó la primera concesión al sistema Nogales, Sonora, el cual había comenzado a operar en 1954, a sólo cuatro años de la aparición de la televisión de transmisión aérea y a seis años de que Parson y Tarlton crearan el primer sistema de cable.

Es posible que en los años 50 el desarrollo urbano de Nogales, ciudad fronteriza vecina a Tucson, no produjera los problemas de interferencia que padecían las grandes ciudades de entonces. Sin embargo, otras causas impulsaron la incorporación de esta novedad tecnológica. En primer lugar, al ser las fronteras franjas porosas, tanto en materia de recursos materiales como simbólicos, se produce un tránsito frecuente y necesario, propio de la vecindad. En segundo lugar, la influencia determinante que ejerce Estados Unidos sobre México en materia de inno-

vaciones tecnológicas, es más notoria cuando se trata de medios de comunicación fronterizos. La tercera razón se origina en los constantes flujos migratorios entre ambas naciones, sobre todo en la frontera, situación que alimenta en los migrantes la necesidad de estar informados sobre los sucesos de su país de origen.

¿Se trató entonces de un primer paso de lo que más tarde conoceríamos como proceso de globalización? Tal vez, porque como sabemos, los ciudadanos que habitan en ciudades de frontera tienen la particularidad de compartir universos culturales de ambos lados, transitando en ellos sin conflictos y creando incluso un modo de ser fronterizo. Así, a 50 años de esos hechos, es aceptable pensar que la presencia de ciudadanos norteamericanos en México y viceversa, despertara interés por estar informados sobre lo que estaba ocurriendo a ambos lados de la frontera.

Este paso inicial de la *CATV* mexicana marcaría ciertos rasgos en su desarrollo. Entre ellos destaca la programación, estrechamente vinculada a la de Estados Unidos, así como una recurrente dependencia tecnológica que obligaría a los operadores de sistemas de cable a adquirir en ese país algunos de sus principales insumos. Esto los llevó también a buscar formas que mejoraran las condiciones de adquisición en tecnología y contenidos.

La televisión por cable de México ha construido en estos 50 años una historia en la que hubo momentos de gran expansión y otros difíciles, de desarrollo lento. Ha tenido signos de avance

en lo tecnológico, en la organización y administración del servicio, así como en sus contenidos. Un hecho importante en el desarrollo del sector tuvo lugar en 1975, cuando debido al número de concesiones existentes y la cantidad de suscriptores, se consideró necesario contar con una organización que agrupara a los empresarios del ramo. Así nació la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC), que a lo largo de 30 años concentró los esfuerzos de sus agremiados a fin de superar los retos que se iban presentando, promoviendo la producción local de programación, buscando cambios en la legislación y encontrando formas novedosas para abaratar los costos de los insumos y de operación.

Las innovaciones tecnológicas que se han venido sucediendo en los últimos años, así como la liberalización del sector comunicaciones y las condiciones de las audiencias, acostumbradas a los servicios de paga, permiten pensar en un futuro prometedor para la CATV. A partir de los tendidos de fibra óptica, que paulatinamente van reemplazando al tradicional cable coaxial, la CATV se está abriendo hacia otro tipo de servicios vinculados al uso de las redes y a la llamada sociedad de la información. Desde nuestro punto de vista, en muchos sentidos la CATV ha sido vanguardia en los cambios experimentados por la televisión mexicana. La diversificación de sus contenidos, la rapidez con que incorpora algunos adelantos tecnológicos, así como las estra-

tegias implementadas por sus operadores para mantener la dinámica del sector, dan cuenta de un servicio que ha sabido responder a las exigencias de un mundo cambiante.

Antes de analizar la historia de la CATV entrelazando los ya mencionados escenarios tecnológico, económico y social, es conveniente recordar que el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, dado a conocer en 1972, la definía como "... aquel servicio que se proporciona por suscripción mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivados y accesorios, que distribuyen señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio" (SCT, 1972 :5).

Esta definición enfatiza aspectos técnicos, pero también su condición de servicio por suscripción. Y aunque en lo sustancial no ha cambiado, como veremos ha redimensionado sus posibilidades a partir de condiciones tecnológicas, jurídicas y de contenido.

El despegue de la CATV en México

Luego del primer sistema autorizado en Nogales se produjo un receso. Aquel primer sistema de Nogales fue promovido por residentes estadounidenses que querían contar con información de su país a través de la TV. Como ya quedó dicho, esta demanda de información 'del otro lado'

ha estado presente en el origen de otros sistemas de cable y responde a razones diversas: el interés de familiares de los migrantes que desean contar con información del lugar donde habita su pariente o amigo, los suscriptores ávidos por la información y la cultura norteamericanas, y los receptores que buscan ampliar su horizonte informativo accediendo a canales diferentes.

En los primeros años de desarrollo de la CATV es importante destacar dos hechos, uno tecnológico y otro social: la aparición del *videotape* en 1956 y la publicación de la Ley Federal de Radio y Televisión en el Diario Oficial de la Federación, el 19 de enero de 1960. Mientras el *videotape* como innovación tecnológica revoluciona la producción televisiva, reduciendo al mínimo los errores de la programación al aire, la nueva ley daba un marco jurídico específico al tema de los medios, hasta entonces regidos por la Ley de Vías Generales de Comunicación. Estos dos hechos en los albores de la historia de la CATV, contribuyen a afianzar su desarrollo porque delimitan su campo específico de acción en lo técnico y en lo legal.

Desde el punto de vista de evolutivo, la CATV manifiesta diferencias con la prensa, radio y la televisión abierta de México, que han tenido un comportamiento de subordinación hacia el centro, ubicado ya sea en la capital del país o en las principales ciudades de interior. Los orígenes de la CATV constituyen

una excepción, ya que los primeros sistemas no surgen en la capital del país sino en ciudades pequeñas, ubicadas en el norte. El cable rompe así la tendencia centralista, para dar lugar a una relativa independencia frente a la dinámica de atracción ejercida por los centros urbanos más destacados.

Casi diez años pasarían desde la puesta en marcha del primer sistema, hasta que en 1963 la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, SCT, aprueba el funcionamiento de uno nuevo: Piedras Negras, Coahuila. Un año más tarde inician los de Ciudad Acuña, Coahuila y Monterrey, Nuevo León. A 15 años del primer servicio, en 1969, la empresa *Cablevisión*, perteneciente al consorcio *Televisa*, obtiene la concesión para ofrecer señales de TV por cable en el Distrito Federal, que se empiezan a ofrecer un año después.

Cablevisión ha sido desde entonces, el operador de cable con mayor número de suscriptores en todo el país: participa con el 20% del total nacional. El área que abarca su concesión le permite brindar servicios a la capital y zonas circundantes en el Estado de México, lo cual hace de este mercado uno de los más grandes de Iberoamérica. Actualmente, *Cablevisión* es también proveedor de servicios digitales de televisión por cable y servicios de Internet.

Un año antes de la creación de *Cablevisión*, en 1968, habían ocurrido dos hechos tecnológicos destacados para la industria del cable: el ingreso de México a la era satelital a través del Pájaro Madrugador y la puesta en marcha de la Red Federal de Microondas, manejada por el go-

bierno mexicano, que vino a dar un nuevo impulso a la CATV. Gracias a estas señales el cable pudo llegar a poblaciones que no tenían acceso por su ubicación o lejanía.

Pero la verdadera expansión del cable se daría a partir de 1970, ya que entre ese año y 1975, los sistemas crecen a un ritmo del 39% anual: seis poblaciones al año, en promedio, se incorporan al servicio. Durante ese período proliferaron razones sociales y se logra un notorio crecimiento en el tendido del cable. No obstante, hay que recordar un hecho ocurrido a finales de los 70 e inicios de los 80, que representaría el que tal vez fue el primer gran reto de orden tecnológico: la aparición de las antenas parabólicas. Esta innovación generaliza una nueva modalidad de recepción televisiva que amenaza con desplazar a la industria del cable. Aunque su costo era alto, implicaba sólo una gran inversión inicial a partir de la cual los usuarios podían recibir un número elevado de canales. El panorama cambia radicalmente con la codificación de señales iniciada poco después por las grandes cadenas internacionales, que regula y restringe este tipo de recepción abierta y directa.

Expansión y crecimiento a partir de los 80

Al período de relativa expansión de los 70 sobrevienen tres años de estancamiento, ya que entre 1979 y 1982 no se otorga ni una sola concesión. La tendencia cambia en 1982, año en el que Miguel de la Madrid Hurtado inicia su período presidencial, también señalado como el año del comienzo de las políticas neoliberales en el país. En los primeros cuatro meses de ese sexenio se entregan 18 permisos de funcionamiento o renovaciones. Para finales de 1985 operaban en el país 74 sistemas de cable, los cuales reunían a poco más de 330 mil suscriptores.

Sin duda los 80 son años importantes en la historia de la CATV mexicana, ya que debido al banderazo inicial de las políticas neoliberales, se promueve un cambio sustantivo en el manejo de los medios en manos del Estado, los cuales terminarían poniéndose a la venta casi diez años después. Como consecuencia de estas políticas los medios, y en especial la TV restringida, se liberan a las fuerzas del mercado. Más adelante, los sistemas de TV de paga se be-

“... los 80 son años importantes en la historia de la CATV mexicana, ya que debido al banderazo inicial de las políticas neoliberales, se promueve un cambio sustantivo en el manejo de los medios en manos del Estado ...”

neficarían con innovaciones como los procesos de digitalización y el DTH.

En el conjunto de grandes cambios experimentados por la CATV durante los años 80, cabe destacar una importante modificación al Reglamento de la Televisión por Cable (1980), a partir de la cual se liberan las restricciones que existían sobre la publicidad. Desde entonces, se permitió incorporar "...seis minutos de publicidad por cada hora de transmisión, siempre y cuando se trate de emisoras locales. Se considera dentro de esta categoría a aquellas que tienen al menos el 20% de producción local" (Crovi, 1996: 124).

Esta modificación tuvo consecuencias directas en la programación, ya que los concesionarios se volcaron a la producción local de programación. De este modo buscaron cubrir la cuota exigida por la ley, que les permitiría hacer uso del beneficio de los seis minutos de publicidad. Si bien en términos de calidad y de los recursos disponibles esta producción no podía competir con las señales nacionales e internacionales, impulsó la difusión de contenidos locales, llenando con ello un enorme vacío, sobre todo en materia informativa.

Recordemos que en esos tiempos *Televisa*, como monopolio privado, tenía una influencia determinante en la TV a nivel nacional. Su contrapeso era débil y estaba representado por canales en manos del gobierno, algunos de los cuales disponían de

una cobertura limitada, en tanto que otros pocos tenían alcance regional. En este contexto, la producción local de la televisión por cable contribuyó a la diversificación de contenidos y permitió la expresión de otras voces y realidades. Tal situación se adelanta varios años al juego local-global, reconocido más adelante como un nuevo tipo de manifestación que vendría a contrarrestar, sólo en parte, la temida estandarización de contenidos internacionales.

En esos años, los operadores de los sistemas soportaban altos costos en los insumos, en su mayoría importados, y un relativo estancamiento en el número de suscriptores. Ambas situaciones, que fueron producto de las devaluaciones de inicios de los 80, llevaron a los concesionarios a pensar en recursos novedosos para gestionar sus adquisiciones. Así, el 10 de octubre de 1987 crean la Unión de compras, que les permitiría realizar negociaciones, acuerdos y adquisiciones conjuntas para responder a las necesidades de insumos y elementos vinculados a los soportes técnicos de los sistemas. Esta respuesta conjunta permitió a los operadores enfrentar con imaginación esta y otras crisis económicas subsecuentes, lo que los llevó a finales del siglo XX a que 328 ciudades mexicanas tuvieran sistemas de cable que daban servicio a poco más de dos millones doscientos mil hogares.

La Unión de compras fue la respuesta adecuada para adquirir insumos tecnológicos y permitió

a los concesionarios comprobar la fuerza de las gestiones conjuntas. Sin embargo, en el ámbito de las compras de contenidos, las dificultades subsistían. Como ya se dijo, las cadenas internacionales habían iniciado la codificación de sus señales, por lo que su contratación era difícil y sobre todo, constituía un gran desafío para cada sistema por separado. Aprovechando la experiencia de la Unión de compras e inspirados por este logro, los operadores de cable del interior del país concibieron una nueva estrategia organizativa que brindaría beneficios económicos y sociales a la CATV: se asocian creando *PCTV*, una empresa capaz de negociar las mejores señales a menor costo.

Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V., *PCTV*, inicia sus operaciones en 1990, contando con la participación del 96% de los cableros del país. Las transmisiones comienzan formalmente en junio de 1991². Su creación respondió a la necesidad de unirse para lograr mejores condiciones en la adquisición de programación, en su producción, así como en las negociaciones con el gobierno federal. Adicionalmente, *PCTV* se consolida como una empresa fuerte que la coloca en condiciones de igualdad frente a *Cablevisión*, la mayor cablera del país y única concesionaria del servicio en el Distrito Federal y áreas circundantes. Entre ambas empresas se establece, a partir de entonces, un juego de complementariedad y competencia que a la postre beneficiaría a los usua-

rios en materia de contenidos. Los objetivos que se propuso *PCTV* al integrarse fueron tres: a) rentar transpondedores de los satélites mexicanos para conducir señales de *CATV* a todo el país; b) contratar programación en forma conjunta y c) contar con estudios de televisión para producir y generar señales propias. Como ya se mencionó, el tercer objetivo fue de fundamental importancia para respaldar económicamente a los operadores, ya que acogiéndose a lo establecido por el Reglamento de la TV por cable, la producción local de programación les garantizó ingresos a través de anuncios.

Estas metas iniciales rápidamente se tradujeron en logros para la empresa, que entonces decide ampliarlas a acciones relativas a programación y al ámbito económico. En materia de contenidos se propusieron tres objetivos: integración local de programación a partir de señales extranjeras; aumento en el número de señales nacionales e internacionales; y asociación con programadores para concretar los objetivos anteriores. En lo económico, *PCTV* se propuso reducir el costo de las señales haciendo crecer el servicio tanto en número de operadores como de suscriptores. Además, la empresa buscó optimizar el uso de las instalaciones técnicas y llevar a cabo una comercialización adecuada de sus propias producciones.

El 1 de febrero de 1994, a menos de tres años del inicio de sus actividades, *PCTV* inauguró su propio Telepuerto, a través del cual transmite a los satélites mexicanos para su distribución a los sistemas de cable. Cuenta

con sistemas de compresión digital que le permiten transmitir señales de video, audio digital y canales de datos auxiliares. Posee la infraestructura técnica necesaria para la producción y postproducción televisiva.

En una labor conjunta con *SE-TEC* (Servicios Especiales de Televisión por Cable), empresa hermana que atiende aspectos de programación, *PCTV* ofrece señales de tres tipos: las generadas, o sea las producidas y emitidas totalmente por la empresa; las de participación, que son canales internacionales distribuidos por los sistemas de cable a través de *PCTV* en los que se integra también programación propia, comercialización y promoción; y las de representación, que no pasan por la infraestructura técnica de la compañía, pero que están representadas en México por Productora y Comercializadora de Televisión. A casi 15 años de su creación, *PCTV* transmite en 31 estados de la República, cubre 450 ciudades y llega a 1.780.000 suscriptores. Ofrece los canales: *TVC, Cinema Platino, Platino Plus, Cine Mexicano por Cable, Hallmark, People & Arts, Animal Planet, ESPN 2, MGM, MTV, Discovery Kids, Nickelodeon, Discovery Health, Discovery Travel & Adventure, Fox Kids, Canal de la Programación, Casa Club, Video Rola, Venevisión e Infinito.*

PCTV se define como la mayor programadora de *CATV* en América Latina, debido a su cobertura, los sistemas que la integran y sus suscriptores. Genera canales propios y produce programación de televisión que es fuente de ingresos adicionales por repetición de sus programas. La Ley de Telecomunicaciones, a la

cual haremos referencia más adelante, otorgó a los operadores de cable la posibilidad de convertirse en redes de comunicación pública, por lo cual desde finales de los 90 tanto esta empresa como el resto del sector, tienen frente a sí nuevos desafíos vinculados con los servicios de la convergencia tecnológica (unión en red de las telecomunicaciones, la informática y los medios de comunicación).

La década de los 80, en la que se destacan innovaciones tecnológicas y transformaciones en la gestión del sector, así como importantes modificaciones al marco legal, fue crucial también entre los receptores, cuyo cambio de perspectiva beneficiaría a los sistemas restringidos. Por un lado, existía entonces una televisión abierta deficiente en términos de contenido (sobre todo informativos), por otro, se iniciaba una apertura hacia el mundo, propiciada por la globalización. Recordemos que durante estos años los sistemas comienzan a presentar ofertas de contenidos más elaboradas, a través de paquetes que inician con un grupo de canales básicos y se van ampliando en cantidad y diversidad, con ofertas de señales adicionales que implican el pago de cuotas mayores. Estas circunstancias harían de los receptores personas más activas, que ya no se conformaban con ciertas programaciones sino que tendían a encontrar lo diferente, lo original y sobre todo, voces plurales que narraran y opinaran sobre su mundo. Para los grupos sociales que estaban en condiciones de hacerlo, pagar la suscripción por una televisión más plural, con planteamientos plurales que provenían

también de otros países, dejó de ser un lujo para convertirse en una necesidad comunicativa cotidiana.

Por otro lado, como resultado de la acelerada renovación tecnológica, las producciones industriales en serie y el consumo masivo, el costo de los televisores fue bajando, lo que facilitó su adquisición. Paralelamente, las condiciones sociales fueron llevando a las audiencias a valorar la recepción individual, que encontraría en Internet, a finales del siglo XX, su máxima expresión. De la recepción familiar, característica de los años 50, 60 e incluso 70, se fue pasando a la individual. En la medida de sus posibilidades, los hogares mexicanos contaban para entonces con más de un aparato, lo que aceleró un proceso que sería irreversible: el consumo personal de televisión. Así, mientras la recepción se particulariza debido a sus características, la CATV se presenta como el medio que mejor responde a las necesidades de entonces: sus ofertas programáticas crecen en la medida en que los procesos de adquisición de programación se globalizan y se hacen más accesibles en términos económicos. En este entorno cabe mencionar también el surgimiento de canales (en su mayoría extranjeros) que más tarde formarían parte de consorcios mediáticos, destinados a temas culturales y sociales. Algunos de ellos con el correr del tiempo se hicieron temáticos. Discovery Channel, entre otros, fue pionero en esa especialización de contenidos refi-

nándolos hasta ofrecer después, programaciones íntegramente dedicadas a temas que en los primeros 25 años de la CATV hubieran parecido impensables: deportes, arquitectura y decoración, historia, personalidades, animales, viajes, geografía, salud y una lista que aún no acaba de construirse. Como si se tratara del reverso de una misma moneda, frente a la globalización televisiva, la CATV de los 80 va mejorando sus producciones locales y abriéndose a una recepción a la carta.

Sin duda la intuición que Tarlton había tenido tres décadas atrás, no lo había traicionado. El desarrollo político-económico y tecnológico, permitió que la TV por cable ocupara un lugar destacado en el universo de la televisión de paga. Incluso ante la aparición de otro sistema de televisión restringida que le haría competencia: Sistema de Distribución Multicanal Multipunto, conocido por sus siglas en inglés *MMDS*, (*Multichannel Multipoint Distribution System*).

El 1 de septiembre de 1989 inicia sus transmisiones en México un sistema *MMDS*: *Multivisión*, que envía señales codificadas vía aire, las que son recibidas por los suscriptores a través de un decodificador. Se le considera el primer gran competidor de los sistemas de cable porque a diferencia de otros que aparecen con posterioridad, *MMDS* ofrece condiciones y contenidos similares. Entre ambas opciones, poco a poco, se van marcando distancias a partir de diferencias en los contenidos, el

servicio y por supuesto los costos de instalación que para *MMDS* son más altos.

Los 50 años de vida de la *CATV* no han transcurrido sin sobresaltos. Por el contrario, algunos de estos desafíos son los que le han permitido tener un desarrollo sostenido y ocupar un segmento importante en el mercado de la televisión de paga. Como sucedió en su momento con las antenas parabólicas, *MMDS* forzó a la televisión por cable a buscar salidas nuevas en el contenido, lo económico y los servicios. No obstante, la TV vía microondas no sería para el cable ni el único ni el mayor reto a superar.

Los 90 o el inicio de una industria

Si los 80 fueron escenario de cambios que impactaron tanto la organización de los operadores de cable, como la legislación del sector, los contenidos y la actitud de los receptores, los 90 -y los primeros años del siglo XXI- serían testigos de otras importantes modificaciones de orden legal, tecnológico y económico. Fueron los años de aplicación de algunas innovaciones tecnológicas desarrolladas en décadas anteriores, como los sistemas DTH y la televisión de alta definición que aún no termina de concretarse cabalmente³. Fueron también los años del paso de lo analógico a lo digital y los del mayor desafío: convertir a los concesionarios de sistemas de *CATV* en operadores de redes de telecomunicaciones, paso que el propio sector ha denominado:

hacia la industria de las telecomunicaciones por cable. En este contexto, el 7 de junio de 1995, se da a conocer la nueva Ley de Telecomunicaciones que aumentó de 15 a 30 años la duración de las concesiones del cable. Además, esta ley agregó un aspecto novedoso: a partir de su aprobación los dueños de los sistemas de cable ya no serían concesionarios, sino operadores de redes públicas de telecomunicaciones, lo que les permitiría aprovechar las ventajas de la compresión digital, ampliando la gama de servicios ofrecidos (telefonía, audio, transmisión de datos o servicios interactivos, entre otros). Un par de años antes, en 1993, el Reglamento de la TV por cable había experimentado cambios en sus artículos 10, 33 y 42, referidos a la integración de los capitales empresariales y el traspaso de concesiones. Estas modificaciones establecieron que

los sistemas de CATV estarían comprendidos, desde entonces, dentro del sector servicios de telecomunicaciones. Tal reubicación abrió la puerta a la inversión extranjera, que a partir de esa fecha puede participar hasta con el 49% del capital de las sociedades concesionarias (Covi, 1996). Una lectura conjunta de ambas modificaciones al marco legal, coloca a los operadores de cable de lleno en el dinámico mundo de las telecomunicaciones, a la vez que deja abierta la posibilidad de entrar en alianzas económicas internacionales, característica destacada del sector mediático en el proceso de globalización. En el ámbito tecnológico cabe señalar que el cambio de mayor magnitud se dio en el paso de lo analógico a lo digital, que permite ofrecer mejor calidad en imagen y sonido (equivalente a CD), más señales televisivas, diversificar los servicios haciendo uso

de las ventajas interactivas que ofrece la convergencia tecnológica, así como ampliar la confiabilidad en el traslado de señales. Se trata, sin duda, de la transformación más importante que ha experimentado la CATV desde sus inicios, la cual si bien se origina en el ámbito tecnológico, repercute en lo económico y social por ser uno de los pilares fundamentales de los procesos de globalización y de la sociedad de la información y el conocimiento. Como producto de la digitalización, destacan nuevos sistemas, nuevas formas de producción, de distribución y de recepción de las señales televisivas, así como la ya mencionada posibilidad de ampliar los servicios hacia otras áreas. Resultado de la confluencia de estos factores tecnológicos y del modelo económico que liberalizó las comunicaciones y abrió los servicios a la inversión extranjera, aparece en 1994 un

Ministerio de Desarrollo Humano.

Aquellos que no tenían acceso al crédito ahora tienen acceso a una gran oportunidad.





Fuerza Solidaria

Programa de acceso al crédito para proyectos y microemprendimientos de la economía social.

El Gobierno Provincial, a través del Banco Provincia y junto al Instituto de Lotería y Casinos, otorgará préstamos a microemprendimientos y proyectos de economía social que antes no tenían acceso al crédito. Las tasas serán subsidiadas por el Gobierno de la Provincia para brindar más facilidades y promover el crecimiento.

www.desarrollohumano.gba.gov.ar



Gobierno de la Provincia de Buenos Aires

"En 5 años pusimos la Provincia en marcha y despegó."

Gobernador Felipe Solá

nuevo sistema de televisión restringida: DTH, televisión vía satélite directa al hogar. Fue durante ese año que *Televisa* anuncia su proyecto SKY, con el que iniciará en 1995 el servicio de DTH. Un año más tarde, se da a conocer la integración del consorcio *Galaxy Latin America*, operador de *DirecTV*, cuyo socio nacional es *MVS Multivisión*. En ambos casos se trata de alianzas estratégicas multinacionales que aprovechan las posibilidades tecnológicas del DTH, cuya característica es que las señales son enviadas directamente desde un satélite a los hogares de los usuarios, con una alta calidad en imagen y sonido, así como un elevado número de canales. Paralelamente, estas empresas aprovechan la apertura legal a las alianzas económicas internacionales.

Sin embargo, a diez años del inicio del DTH su costo aún es significativamente más alto que el de la *CATV*. Este es un factor que juega a favor del cable ya que retiene una importante ventaja: dos millones y medio de hogares están suscritos al cable mientras un millón recibe DTH (<http://www.cofetel.gob.mx>). Según datos de 2003, mientras la televisión por cable se ofrecía a través de 670 concesionarios, *MMDS* lo hacía por medio de 85, DTH de seis y los servicios de audio estaban en manos de diez, los que en conjunto sumaban 771 concesiones de TV y audio restringidos (<http://www.cofetel.gob.mx>). Estas cifras destacan, nuevamente, la concentración de los demás servi-

cios frente al de cable, cuyo origen y desarrollo corresponde, salvo pocas excepciones, a empresas pequeñas y medianas, de carácter local y regional.

La compresión digital de señales permite a la televisión un uso más eficiente del espectro radioeléctrico y facilita la transmisión de señales múltiples tanto de TV, como de audio estéreo y otros servicios adicionales. Su implantación configura la primera parte del cambio hacia la digitalización, sin duda fundamental, pero la definición de reglas de operación técnica y jurídica, constituye una segunda parte de enorme importancia porque define la orientación en el uso de esta innovación tecnológica. Al respecto, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó recientemente, que ya tenía lista su política de televisión digital, la cual marca los lineamientos tecnológicos, estrategias y plazos que deberán seguir las empresas para emigrar desde lo analógico a lo digital (Reforma, 15 de abril de 2004). El plan abarca 18 años y se calcula que los concesionarios (de TV abierta y restringida) deberán invertir alrededor de 2.500 millones de dólares para renovar sus equipos de producción y transmisión. Por su parte, los receptores también deberán invertir en la compra de aparatos de alta definición a fin de poder recibir este tipo de señales que mejoran la calidad de imagen y sonido, ofrecen servicios interactivos, acceso a Internet, y en general, los beneficios de la convergencia tecnológica.

Para la industria del cable la digitalización y la consiguiente necesidad de cambiar el tendido de cable coaxial por fibra óptica representó, durante los últimos años del siglo XX, un importante desafío tecnológico y económico. Se trata, sin embargo, de un reto que sigue vigente ya que ha sido enfrentado parcialmente: según cifras de 2003 sólo el 26.96% de las tecnologías utilizadas en las redes de televisión por cable eran de fibra óptica, en tanto que el 73.04% restante eran de cable coaxial (<http://www.cofetel.org.mx>). La empresa *Cable Network* reportaba en 2003, que el ancho de banda de las redes de televisión por cable disponible en México se distribuía del siguiente modo: 0.57% correspondía a 870 MHz, el 10.13% a 750 MHz, el 43.79% a 550 MHz, el 44.17% a 450 MHz y sólo 1.34% a la banda de 330 MHz (<http://www.cofetel.org.mx>). Cabe recordar que según COFETEL, de las inversiones que realizaban las redes de televisión por cable el 82% se destinaba entonces a equipo, mientras que el 18% restante, se usa para las demás necesidades de los sistemas, porcentajes que dejan claro los altos costos que implica proveer infraestructura para la *CATV*. Cabe agregar además, que la televisión restringida en su conjunto recibe el 8.4% de los ingresos totales del sector comunicaciones, en tanto que realiza el 11% de las inversiones de ese sector, vale decir, que inclina la balanza hacia lo invertido y muestra una auténtica preocupación

por la evolución. Sin duda este ha sido el reto histórico del cable, ya que para ampliar su cobertura y con ello su oferta, debe realizar costosas inversiones, difíciles de recuperar si no se realiza una cuidadosa planeación y una adecuada gestión.

Según los dueños de los sistemas de cable, a las costosas inversiones se agrega un problema creciente: el robo de señales realizado por usuarios individuales y por empresas que buscan reproducirlas lucrando con ello, así como quienes las “bajan” directamente del satélite, sin pagar los derechos correspondientes⁴. En 1998, como respuesta a esta situación, se creó el Comité de Piratería, integrado por diversos organismos entre los que destacan *CANITEC*, *PCTV*, *Motion Picture Association* y algunos programadores. Se trata de una asociación no lucrativa que busca concertar recursos jurídicos para combatir eficientemente la piratería.

El cable como sector ha tenido un crecimiento sostenido en materia de suscriptores (16.5% en 1998, 21.9% en 1999, 13.3% y 11.4% en 2001), sobre todo si lo comparamos con los sistemas restringidos vía microondas. No obstante, durante 2002 sufrió un incremento inferior al acostumbrado, que *CANITEC* atribuye al IEPS, Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, que incrementaba las tarifas en 10% al usuario final (<http://www.cofetel.org.mx>). Este impuesto operó durante casi dos años, fue exentado a partir del 1 de enero de 2003 y durante su aplicación trajo como consecuencia menos inversiones y suscriptores.

Apenas iniciado el siglo XXI, dos nuevos instrumentos legales de

importancia marcarían rumbos para la industria del cable. En 2000 se da a conocer el Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos, que deroga el del 18 de enero de 1979, y establece las bases de la industria del cable como red pública de telecomunicaciones. Cabe destacar que este Reglamento fija porcentajes para la programación nacional, correspondiéndole al cable (servicio de televisión restringida terrenal) el 7% de la programación total diaria de la red. Este porcentaje excluye las producciones locales y “la programación que originalmente se radiodifunde” (Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos, *CANITEC*, 2000: 33). Por otra parte, en octubre de 2003, el Diario Oficial de la Federación publicó el Acuerdo Secretarial de Transmisión Bidireccional de Datos a través de redes cableadas, que permite a los concesionarios ampliar el uso de su infraestructura de redes para ofrecer transmisión de datos en dos vías.

La reconversión del sector tiene así un desafío representado en

dos caras de una misma moneda: ampliar su oferta de servicios pero a un alto costo económico. Si los concesionarios quieren aprovechar las ventajas del marco legal convirtiéndose efectivamente en operadores de redes públicas de telecomunicaciones, tendrán que trabajar de manera sostenida en la instalación de fibra óptica⁵ con las inversiones que ello representa, además de seguir fomentado la existencia de redes híbridas (fibra óptica y coaxial) hasta tanto sea posible contar con transmisión óptica en todo el sistema. A esto se sumarán, en los próximos años, las inversiones relativas a la televisión de alta definición, así como las múltiples innovaciones que de manera constante renuevan al sector mediático y de las telecomunicaciones.

La desregulación del sector audiovisual mexicano permite pensar que en un futuro cercano los operadores de redes públicas analizarán la posibilidad de inversiones extranjeras. Esto, además de aprovechar tal desregulación, tendrá como meta fortalecer al sector para enfrentar las

AÑO	Nº DE CONCESIONARIOS	SUSCRIPTORES
1970	6	2,500
1975	40	18,700
1980	56	223,100
1985	74	330,167
1990	97	610,458
1995	205	1'200,000
2000	328	2'225,000
2004	670	2'608.600
2005	900	5'800,000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de la Industria de la Televisión por Cable (*CANITEC*) y *COFETEL*. Julio de 2006.

altas inversiones que requiere la incorporación de nuevas tecnologías, base de los servicios ampliados que pueden ofrecer.

El nuevo siglo encuentra a la CATV frente a un futuro prometedo, pero plagado de retos y grandes compromisos. Según la CANITEC las acciones adecuadas que se lleven a cabo en estos años, son las que permitirán realizar un tránsito exitoso de la industria de la televisión por cable, a la industria de las telecomunicaciones por cable.

Para la Comisión Federal de Telecomunicaciones, COFETEL, a finales de 2003 había 4.102.600 usuarios de televisión restringida en todo el país. De esa cifra el 63.5% eran suscriptores de los sistemas de cable; 24.5% correspondía a los de televisión directa al hogar, DTH; en tanto que el 12% eran usuarios de los sistemas MMDS, vía microondas (www.cofetel.org.mx). Estos porcentajes demuestran que los nuevos sistemas de distribución de señales televisivas se encuentran aún bastante alejados del cable en la preferencia de los usuarios, lo cual no quiere decir que no representen un reto para la CATV.

Pero el desafío no está sólo en la competencia con las demás ofertas de TV restringida. Si observamos el total de suscriptores de televisión restringida en el contexto de la población global del país (entre 39 y 41 cada 1000 habitantes), vemos que aún hay muchos mexicanos que están fuera de estos servicios

(www.cofetel.org.mx). En el caso específico del cable, tenemos que 2,6% de los hogares tienen cable, lo que multiplicado por cinco (número de personas que en promedio habitan en una casa según INEGI), tenemos que sólo alrededor del 13% de la población tiene acceso al servicio. Así, el crecimiento global de usuarios es el reto mayor a superar, aún cuando las causas de su bajo porcentaje se vinculan con problemas estructurales del país.

Se trata así, de un desafío condicionado a factores externos, que se manifiesta tanto en el plano nacional como en el internacional. En el nacional, tenemos que la penetración del cable se concentra en algunos estados del país, ya que de cada 1000 habitantes Sonora tiene 48 suscriptores, Colima 43, Quintana Roo 39, Aguascalientes 38, Querétaro, Campeche y Tamaulipas 35, en tanto que el resto de los estados está por debajo del 30 suscriptores por cada 1000 habitantes siendo Oaxaca el que presenta valores más bajos con 6 (www.cofetel.org.mx). La media nacional es de 24.8 suscriptores por cada 1000 habitantes⁶. En lo internacional, tenemos que en América Latina los mayores mercados de TV por cable son Argentina, con 5 millones de abonados; Brasil, con 3.5 millones; México, con 2.5 millones y Chile con 1 millón. Estos cuatro países son líderes del negocio en la región (http://www.tecnologíaempresarial.info).

Este estudio, realizado por la

empresa TIBA⁷, indica que casi 95 millones de hogares cuentan con televisión en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Venezuela, lo cual representa un universo de 400 millones de personas aproximadamente. Entre ellos, 15 millones (menos del 16%), recibe servicios de TV de paga, ya sea de CATV o DTH. En términos económicos, y teniendo en cuenta que cada hogar paga un promedio de 20 dólares mensuales, la TV restringida representa un negocio cercano a 3.600 millones de dólares al año, sin incluir los ingresos por publicidad (http://www.tecnologíaempresarial.info, 12 de febrero de 2004). Un dato relevante es que Argentina, Brasil, México y Chile, los cuatro mayores mercados, tienen casi 74 millones de hogares con TV, es decir 78% del total regional, de los cuales 12.7 millones (equivalentes a casi 85% del total de los países que formaron parte del estudio) ha optado por servicios de TV de paga, buscando una mayor variedad en la programación, calidad en la imagen y el sonido, así como servicios diversos.

Aunque con realidades socio económicas diferentes, vale la pena recordar que en países como Estados Unidos, donde el cable tiene una penetración del 69% con 73.5 millones de hogares, la industria presta servicios de Internet a alta velocidad a más de 11 millones suscriptores y de telefonía a 2.6 millones. Por su parte, Inglaterra a través de sus sistemas de cable, ofrece

telefonía a 5.5 millones de usuarios, en tanto que Holanda, Portugal, Noruega, Irlanda, Francia, Japón, Corea y Malasia, entre otros, son países donde están en proceso las instalaciones adecuadas para que la industria del cable sea proveedor del servicio de telefonía. En América Latina, Argentina, Chile, Venezuela y República del Salvador, también se están gestionando estos servicios. Tal situación demuestra que estamos ante un mercado prometedor, por varias razones: el interés de los receptores por ver televisión diferente, producida por emisores plurales y también como consecuencia de la desregulación y las innovaciones tecnológicas. La convergencia es un hecho irreversible que da a la industria del cable nuevas posibilidades.

Según datos de la *CANITEC*, al cumplir en 2004 medio siglo de vida, la industria del cable en

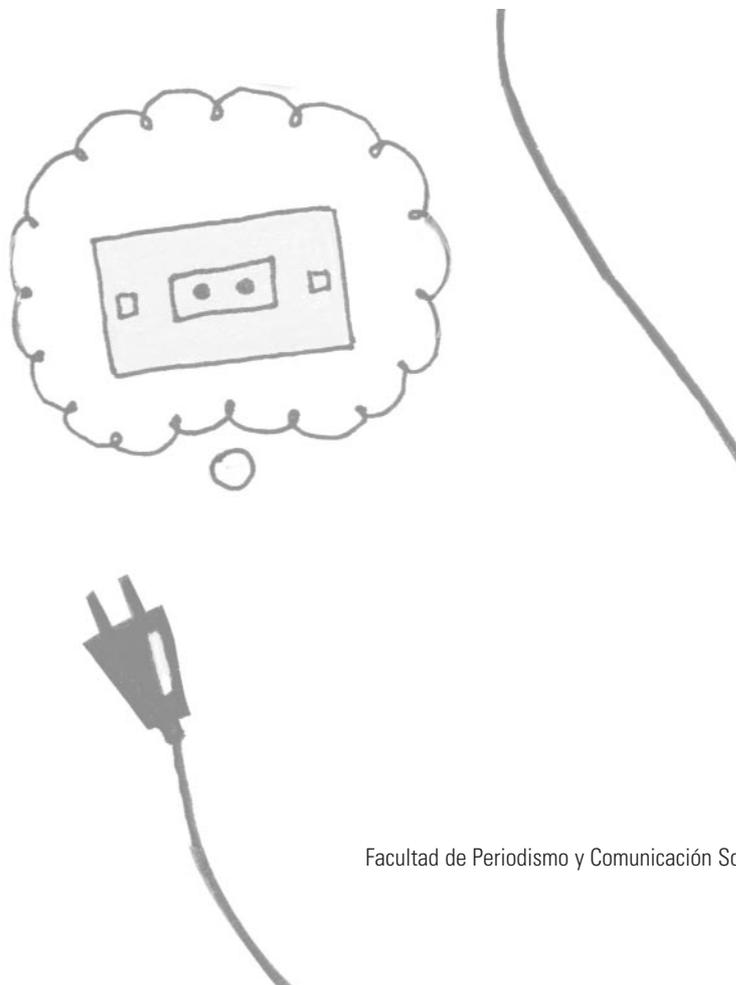
México ofrecía 10.800 empleos directos, contaba con 2.6 millones de suscriptores que permitían a casi 16 millones de personas recibir su señal, y atendía a 180 mil usuarios de Internet de alta velocidad vía cable modem. Su cableado cubría 76 mil kilómetros, lo que le permitía llegar a 1.395 localidades, así como contar con 8.5 millones de casas con posibilidad de recibir sus servicios. Producto de convenios suscritos con instituciones públicas, el cable llegaba a 67 mil escuelas primarias y secundarias, ofreciendo un promedio de 50 canales por red. A partir de los primeros meses de 2005, en alianza con la Secretaría de Educación Pública, la programación de cable incluye el canal *Aprende TV*, incursionando así en la enseñanza televisiva. La propia *CANITEC* afirma que su labor se apoya en tres pilares: la Unión de Compras, la Fundación

CANITEC a través de la cual opera el portal *Cableeducación*, el canal *Aprende TV* y el Centro de Investigación e innovación en telecomunicaciones, CINIT.

Por otro lado, desde 1997 y como parte de lo que la Cámara de la Industria del Cable considera su compromiso social, los sistemas transmiten gratuitamente a sus suscriptores la señal del Canal del Congreso de la Unión. La industria del cable colabora también en el Sistema Nacional e-México, para lo cual en 2003 la *CANITEC* suscribió un convenio con SCT que permitirá llevar Internet de alta velocidad a localidades apartadas.

La tarifa de la TV por cable en México (17 dólares mensuales en promedio), coloca su costo por debajo de la media de 20 dólares ya mencionada para América Latina. Actualmente, las principales empresas que prestan el servicio de televisión restringida vía cable en México son: *Televisa* a través de *Cablevisión* que concentra el 19% del mercado, *Megacable* con 13%, *Cablemás* con 13% y *Grupo Cable TV* con 6%. Algunos de estos concesionarios son los que están ya en condiciones de ofrecer Internet vía cable MODEM. Son estas mismas empresas las que a mediados de julio de 2006, comenzaron a recibir sus títulos de concesiones, que les permiten ofrecer servicios de telefonía. Recibirán un total de 26 y, para ello, negociarán interconexión con Teléfonos de México, *TELMEX* y los demás operadores nacionales.

Estas concesiones, además de ser la principal demanda de los cableros durante el período presidencial de Vicente Fox Quezada (2000-2006), marcan el ini-



cio de una reconfiguración del servicio de telefonía a nivel nacional. Este servicio hasta ahora se caracteriza por una fuerte tendencia monopólica, apenas matizada con la intervención de otras empresas de telefonía, pequeña, si se las compara con *TELMEX*.

Programando el futuro

Frente a datos como los que acabamos de mencionar tanto a nivel nacional como internacional, los operadores de redes de telecomunicaciones de México se formularon una pregunta: ¿hacia adónde va el cable? La respuesta, sin duda compleja, se plasmó en el Programa de Competitividad de la Industria de Telecomunicaciones por Cable, que retoma la historia del sector potenciando sus fortalezas para lanzarlas hacia el futuro.

Este Programa, conocido como PROCITEC, constituye una estrategia para desarrollar las ventajas competitivas de la industria mexicana de las telecomunicaciones por cable, tanto en el negocio de la televisión de paga, como en el de servicios de telecomunicaciones. Dicha estrategia constituye el instrumento para pasar de la televisión al multiservicio. La meta ulterior es hacer de los sistemas un medio veloz y totalmente interactivo, gracias a la instalación de canales de retorno. Tradicionalmente, los operadores de cable manejaron servicio punto-multipunto unidireccional de CATV, pero en los albores del siglo XXI, la tendencia es convertirse en redes que so-

porten servicios diversos de comunicaciones bidireccionales, como son los de telefonía o enlaces de datos.

Los objetivos básicos del PROCITEC son mejorar la disponibilidad, cobertura y calidad de los servicios, aprovechando la infraestructura de redes; mejorar el posicionamiento de México a nivel global en términos de su capacidad y aptitud para la conectividad a fin de aumentar tanto la inversión nacional como extranjera; y democratizar los beneficios sociales derivados de la economía digital en el país, para atacar la brecha digital. La industria del cable en su conjunto cuenta con la segunda red de telecomunicaciones más importante del país, por lo que esta estrategia de competitividad parte de potenciar estos recursos, tomando en cuenta tanto la importancia que tiene el usuario final del servicio, como una necesaria modernización tecnológica que el sector requiere.

Entre las fortalezas que posee la industria del cable para enfrentar con éxito los cambios y el despegue hacia una industria mexicana de telecomunicaciones por cable, destacan la cohesión del sector demostrada en varias acciones realizadas a lo largo de sus más de 50 años de vida. Por otro lado, estas empresas destacan por realizar inversiones en infraestructura para modernizar los soportes técnicos a fin de contar con la base tecnológica que le permita el tránsito hacia otro tipo de servicios. Además, como hemos podido ver, han demostrado flexibilidad administra-

tiva y gerencial para enfrentar los cambios.

Reflexiones finales

A más de 50 años de sus primeras transmisiones la *CATV*, compañera discreta pero muy dinámica de la televisión abierta, ha sido empujada por la convergencia tecnológica a un mundo globalizado que multiplica las formas de comunicación. En ese espacio, conocido como sociedad de la información y el conocimiento, el cable transformado en industria de telecomunicaciones, tiene bastante por hacer en lo económico, lo tecnológico y lo social. Pero no inicia de cero, la *CATV* constituye una parte sustantiva de la historia y el desarrollo de la TV mexicana. Además, destaca por ser un sector caracterizado por la gestión conjunta de los cambios, así como por alcanzar metas compartidas de crecimiento.

Durante el primer cuarto de siglo, la *CATV* mexicana vivió un largo período de crecimiento lento, en el cual los sistemas no tenían, ni tenían ninguna competencia. Su objetivo era ofrecer unas pocas señales más que la TV aérea y en algunos casos del interior del país, sólo garantizar una mejor recepción de los sistemas abiertos o aéreos de la capital. Pero a finales de los 80 el panorama empieza a cambiar: el cable se ve amenazado por otros sistemas de señal restringida, aparece un nuevo modelo político económico, los descubrimientos tecnológicos son incesantes y nuevas prácticas sociales lle-

van a los usuarios a buscar la recepción individual. Libre comercio, globalización e internacionalización de la TV, acuerdos comerciales, son factores cruciales que vienen a dinamizar a este sector.

El cable ha sido, dentro del sector de la televisión restringida, quien ha marcado las pautas a seguir y esto no sólo responde a razones históricas. La experiencia de su gestión colectiva permitió que un grupo amplio de empresarios (con intereses que seguramente no siempre fueron convergentes) elaborar estrategias para ganar suscripciones y crecer.

El sector ha trabajado atendiendo, como hemos visto, simultáneamente varios frentes. La búsqueda de ganancias se desdobló en acciones tendientes a gestionar una legislación apropiada al desarrollo de los sistemas, así como en el diseño de planes y programas para integrar programaciones amplias y plurales. Buscó también fomentar las producciones locales, sumándolas a las nacionales y extranjeras. Este es un factor que sigue dando a la industria del cable, hoy como el primer día allá en Nogales, Sonora, la posibilidad de atender como ningún otro medio, tres universos simultáneos de contenidos y de recursos vía publicidad. Para el cable no se trata de la alternativa local versus lo global, sino de la alternancia y mejor aún, la suma de ambas dimensiones en materia de anuncios. Por otro lado, el juego de complementariedad -competencia entre la capital del país y el interior- ha llevado a los sistemas de cable a explorar todos los niveles posibles de audiencia y publicidad.

La digitalización y el ingreso a la era de las redes representan, para el sector, un nuevo reto que está resolviendo nuevamente, mediante la gestión colectiva. En la edad de las redes, estamos ante una industria cuyo eje es la integración de sus partes para fortalecer al todo.

"Lo local, lo nacional, lo internacional ya no son niveles compartimentados, sino interactivos", afirma Armand Mattelart (1997:12). A partir de esta premisa, podemos suponer que la industria del cable no sólo tenderá a interrelacionar de manera creciente sus niveles local, nacional e internacional en materia de programación o insumos tecnológicos, sino que incursionará en inversiones nacionales y transnacionales como un camino para responder a los requerimientos de la infraestructura digital.

Los receptores de la televisión restringida y de los servicios en red, están cada vez más acostumbrados a la diversidad. En este contexto, los desafíos mayores de la industria del cable serán, en el largo plazo, abandonar paulatinamente su rasgo de sector de distribución, para pasar a ser productor de un alto porcentaje de sus contenidos. Del mismo modo, continúa abierto el desafío de ofrecer también una programación televisiva más plural en cuanto a su origen, es decir, integrar a su oferta más canales latinoamericanos y europeos.

Los pocos más de 50 años vividos por la televisión por cable en México han sido intensos. Este medio siglo de vida de la CATV refleja las modificaciones experimentadas por la televisión y las telecomunicaciones durante ese período: privatización de las empresas, introducción de nuevas

tecnologías, tendencia a la monopolización de los medios, contenidos que se multiplican pero a través de sistemas de paga, entre otros. Los cambios fueron profundos y las respuestas del sector casi siempre contundentes. Si algo sorprende de este grupo de empresarios, es la capacidad de crear nuevas fórmulas, recetas originales para ir enfrentando a los desafíos que aparecían.

Los 52 años que hemos reseñado brevemente muestran modificaciones importantes, que llevaron a una idea acuñada a mediados del siglo XX a convertirse en un sector industrial dentro del ámbito de las comunicaciones en México. Pero el futuro no estará exento de sorpresas. Los industriales del cable siguen haciendo alianzas para crecer, para emigrar hacia las telecomunicaciones y hacia otro tipo de contenidos, como lo demuestra su incesante expansión hacia los servicios de Internet.

Si algo caracteriza a la sociedad de la información es la innovación tecnológica constante y el inmenso volumen de datos y contenidos disponibles a través de redes. Estas son oportunidades que el sector no dejará pasar, porque las ventajas de la convergencia son muchas, y sobre todo, porque quienes pertenecen a la industria de la TV por cable, cuentan con experiencia para dar otro gran salto, esta vez hacia la industria de las telecomunicaciones por cable. Pero la gran asignatura pendiente que tiene la CATV mexicana, es lograr una mayor pluralidad de contenidos. Hasta ahora sus esfuerzos son encomiables si los vemos desde la perspectiva de su comportamiento empresarial, pero muy po-

bres en materia de diversidad de contenidos. Este es, sin duda, el reto que han ido postergando, para privilegiar las compras conjuntas, los acuerdos globales. En un mundo que ofrece cada vez más diversidad y pluralidad

de voces, el cable tendrá también que hacer lo suyo y pronto. Esto implica mejorar la calidad de las producciones en los sistemas locales y girar la mirada hacia la programación televisiva de otros países, América Latina y

Europa, por ejemplo. Sólo con calidad y diversidad en los contenidos, la industria del cable podrá competir con éxito frente a otro tipo de servicios de televisión restringida y de redes de telecomunicaciones.

Notas

1 Una versión anterior de este trabajo fue publicada en el "ANUARIO ININCO INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN", Instituto Nacional de Investigación de la Comunicación, Universidad Central de Venezuela, 2005.

2 La información referida a PCTV fue tomada de dos fuentes: PCTV, origen, presente y futuro, Boletín informativo editado por la empresa en 1995 y entrevista al Lic. Carlos Sánchez Vega, Director de Programación, realizada en julio de 1997.

3 El costo en el mercado de esos aparatos va de 7 mil a 40 mil pesos mexicanos, o sea, de 600 a 3.500 dólares, aproximadamente.

4 En 1997 la CANITEC denunció que el 18% de las suscripciones al cable eran piratas, lo que representaba pérdidas de 200 millones de pesos anuales para el sector.

5 Mientras que el cable coaxial realiza distribución punto-multi-

punto, con la consiguiente pérdida de señal, la fortaleza de la fibra óptica radica en la escasa pérdida de señal que se produce en el transporte entre dos puntos distantes. Además, la compresión de video y los métodos de modulación de banda ancha, aumentan en ocho veces, o más, la capacidad para transportar programas, con relación al cable coaxial.

6 Debemos tomar en cuenta que estos valores están considerando suscriptores, que como bien sabemos son telehogares habitados por una media de 5 personas según datos del INEGI.

7 TIBA es un carrier latinoamericano de video, audio, datos e Internet-TIBA (www.tiba.com) fundado en 1992, con sede en Buenos Aires, Argentina. Pertenece a un joint-venture entre un grupo empresario privado y GE Capital. Cuenta con telepuertos en Brasil y Uruguay, oficinas propias en Miami, y una red de vehículos de transmisión satelital (SNG) y estaciones terrenas móviles en bandas C y KU.

Bibliografía

Cablevisión, (1996). Directorio de Socios de la CANITEC, Cámara de la Industria de la Televisión por Cable, México, 1996, 1997 y 1998.

CANITEC, CECIC, (2003).

Programa de Competitividad de la Industria de Telecomunicaciones por Cable. CANITEC, CECIC, México.

CROVI DRUETTA, DELIA.

La Televisión por Cable. El caso mexicano, Cuaderno de Ciencias de la Comunicación, No. 1, Coordinación de Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1990.

CROVI DRUETTA, DELIA.

La industria de la TV por cable en México, antecedentes y perspectivas, en Desarrollo de la industrias audiovisuales de México y Canadá, FCPyS, UNAM, México, 1996.

LACROIX, JEAN-GUY Y GAETAN TREMBLAY.

"The 'Information society' and cultural industries theory", en Current Sociology, Volumen 45, N° 4, octubre. Canadá, 1997.

MATTELART, ARMAND.

"Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo", Diálogos N°. 50, Lima, Perú, octubre, pp. 9-26, 1997.

PCTV, Origen, presente y futuro, (1995). PCTV, México, 1995.

PIGEAT, HENRI.

La televisión por cable empieza mañana, Colección Hermes, Fundesco-Tecnos, España, 1985.

PODER EJECUTIVO FEDERAL, SECRETARÍA DE GOBIERNACIÓN Y SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (2000).

Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos. CANITEC.

México.

Reforma, 6 de diciembre de 1996.

Reforma, 6 de octubre de 1999.

Reforma, 30 de noviembre de 1999.

Reforma, 1 de diciembre de 1999.

Reforma, 15 de abril de 2004.

RICHERI, GIUSEPPE.

La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación, Bosch Comunicación, España, 1994.

SCT. Reglamento de la televisión por cable, México, 1972.

SEVILLA, PILAR.

"Del cable al DTH, en 'Apuntes para una historia de La televisión en Mé-

xico", Espacio 98, Televisa y Revista Mexicana de Comunicación, México, pp. 415 a 484, 1998.

TREMBLAY, GAETAN Y JEAN-GUY LACROIX.

Télévision. Deuxieme Dynastie, Presee de L'Université du Québec, Canadá, 1991.

VALENZUELA FEIJÓO, JOSÉ.

Crítica del modelo neoliberal, Facultad de Economía de la UNAM, México, 1991.

<http://www.cofetel.gob.mx>, 12 febrero, 27 de marzo y 4 de abril de 2004.

<http://www.inegi.gob.mx>, 27 de marzo y 4 de abril de 2004.

<http://www.sct.gob.mx>, 27 de marzo y 4 de abril de 2004.

<http://www.tecnologiaempresarial.info/circuito5.asp>, 12 de marzo de 2004.

<http://www.canitec.org>, 30 de julio de 2006.