

La televisión por cable en México

POR **DELIA CROVI DRUETTA**

El presente artículo tiene como propósito analizar la transformación de la televisión por cable en México en una industria de telecomunicaciones. Para ello analizaremos las estrategias de este proceso, iniciado en 1954, las cuales han estado atravesadas por tres ejes: innovaciones tecnológicas, cambios económicos y transformaciones sociales.

Desde sus inicios en 1948 en Astoria, Estados Unidos, la televisión por cable (CATV) se ha desarrollado entrecruzando tres escenarios: el tecnológico, el económico y el social. En su momento este sistema constituyó una importante innovación tecnológica que dio respuesta a los problemas de interferencias derivadas de la urbanización. Pero, además, al privatizar la distribución de señales, representó una oportunidad de negocio, en tanto que en lo social buscó atender a los receptores, ofreciéndoles mensajes variados y una mejor calidad en la señal.

Por su cercanía con EEUU, México fue uno de los primeros países del mundo en incorporar la CATV. El *Diario de la Federación* del 18 de mayo de 1957 informa de que la primera concesión se otorgó 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 Ed Parson y Bob Tarlton crearan el primer sistema de cable. Nogales, ciudad fronteriza vecina a Tucson, respondió así, tempranamente, a las necesidades de información surgidas de los constantes flujos migratorios entre ambas naciones.

Este paso inicial de la CATV mexicana marcaría ciertos rasgos en su desarrollo: la programación, estrechamente vinculada a la de EEUU, así como una recurrente dependencia tecnológica que obligaría a los operados de sistemas de cable a adquirir en ese país sus principales insumos. Tal dependencia, sumada al fortalecimiento local del consorcio Televisa

en transmisión aérea y de cable, los llevaría también a buscar formas para mejorar las condiciones de adquisición de tecnología y contenidos.

En 2004 la CATV mexicana cumplió cincuenta años. El presente artículo tiene como propósito analizar su historia, recapitulando lo ocurrido y reflexionando acerca de las estrategias llevadas a cabo por los concesionarios para impulsar su desarrollo. Conmemorar el medio siglo de vida de la CATV en México es sólo la excusa que nos permite ver la evolución de un sector de capitales privados que estableció estrategias creativas y se ha ido posicionando para enfrentar la fuerza del consorcio Televisa, acostumbrado a imponer las reglas del juego no sólo en términos de televisión, aunque sí especialmente en esta materia.

En estos 52 años la CATV de México tuvo 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.

El año 1975 fue clave para su desarrollo, ya que nació la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable, CANITEC, que al agrupar a los concesionarios, fortaleció la identidad de la CATV como sector industrial. Esta integración ocurrió poco después de que se diera a conocer el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable de México (1972), que la definía como «Aquel servicio que se proporciona por suscripción mediante sistemas de distribución de señales de vídeo 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). Como vemos, la definición enfatiza aspectos técnicos, pero también su condición de servicio por suscripción. Aunque en lo sustancial no ha cambiado, el servicio se ofrece ahora bajo otras condiciones tecnológicas, jurídicas y de contenido.

Los primeros años

Luego del sistema autorizado en Nogales, promovido por residentes estadounidenses que querían contar con información de su país a través de la televisión, se produjo un receso. En esos primeros años es importante destacar dos hechos, uno tecnológico y otro social: la aparición del *videotape*, en 1956, y la aprobación de la Ley Federal de Radio y Televisión, 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 en México, 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.

Los orígenes de la CATV constituyen una excepción a la tendencia de los medios mexicanos del interior del país a subordinarse a las empresas del centro. En efecto, los primeros sistemas de cable no surgen en la capital sino en ciudades pequeñas del norte, en la frontera con EEUU. La CATV rompe así la tendencia centralista para dar lugar a una relativa independencia frente a la dinámica de atracción ejercida por las ciudades más destacadas y

el Grupo Televisa.

En 1963, a casi diez años de la puesta en marcha del primer sistema, la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT) aprueba el funcionamiento de una segunda concesión: Piedras Negras, Coahuila. Un año más tarde inician las de Ciudad Acuña, Coahuila y Monterrey, Nuevo León. Es en 1969, a quince años del primer servicio, cuando la empresa Cablevisión [pertenece al consorcio Televisa] obtiene la concesión para prestar el servicio de CATV en el Distrito Federal. Empieza a ofrecerlo un año después. A lo largo de la historia de la CATV, esta empresa sería el enemigo a vencer debido a las condiciones privilegiadas de su concesión, a la imposición de reglas no escritas y al apoyo de la corporación a la cual pertenece.

Cablevisión ha sido desde entonces el operador de cable con mayor número de suscriptores en todo el país, un 20 por ciento del total nacional. El área que abarca su concesión le permite brindar servicios a la capital del país 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. Ahora como en sus inicios, es la única concesión que opera en la capital del país, monopolio que ha sido duramente criticado aunque sin respuesta.

Un año antes de la creación de Cablevisión, en 1968, ocurren dos hechos tecnológicos destacados: el ingreso de México en la era satelital a través del Pájaro Madrugador y la puesta en marcha de la Red Federal de Microondas, manejada por el gobierno 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 por ciento anual (seis poblaciones al año, en promedio, se incorporan al servicio). Durante ese periodo proliferaron razones sociales (1) y se logra un notorio crecimiento en el tendido del cable. No obstante, un hecho ocurrido a finales de los años 70 e inicios de los 80 representaría 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. La inversión inicial era alta, pero a partir de la instalación de sus antenas los usuarios podían recibir un número elevado de canales. Poco tiempo después el panorama cambia radicalmente a partir de la codificación de señales que concretan las grandes cadenas internacionales a fin de regular y restringir este tipo de recepción abierta y directa.

La CATV se beneficia con el modelo neoliberal

Al periodo de expansión de los años 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 periodo presidencial, también señalado como el año del comienzo de las políticas neoliberales en el país. En los primeros cuatro meses de ese gobierno se entregan 18 permisos de funcionamiento o renovaciones. Para finales de



1985 había en el país 74 sistemas de cable operando, los cuales reunían a poco más de 330.000 suscriptores.

Sin duda los 80 son años importantes en la historia de la CATV mexicana, ya que debido al inicio 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, comienzan a liberarse los medios a las fuerzas del mercado, lo que dio como resultado la liberalización de la televisión restringida, beneficiada más adelante con adelantos tecnológicos 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 en el 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 por ciento de producción local» (Crovi, 1996 : 124).

Esta modificación tuvo consecuencias directas en la programación: el sector se volcó en la producción televisiva local con el afán de cubrir la cuota exigida por la Ley. Si bien en términos de calidad y de recursos disponibles esos contenidos no podían competir con las señales nacionales e internacionales, impulsó la difusión de programas locales, llenando con ello un enorme vacío. Recordemos que en esos tiempos Televisa tenía una influencia determinante a nivel nacional, ya que como monopolio privado contaba como contrapeso con los canales en manos del gobierno, algunos de los cuales disponían de una cobertura limitada, así como unos pocos de alcance regional. En este contexto, la producción local de la CATV contribuye a la diversificación de contenidos y permite la expresión de muchas voces y realidades. Tal situación se adelanta varios años al juego de lo local frente a lo global, reconocido más adelante como un nuevo tipo de manifestación y expresión que vendría a contrarrestar una temida estandarización de contenidos.

En esos años los operadores de los sistemas soportaban altos costes 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 años 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 con poco más de 2,2 millones de hogares suscriptos.

La Unión de Compras fue la respuesta adecuada para adquirir insumos tecnológicos y permitió a los cableros 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 la Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V. (PCTV) (2), una empresa capaz de negociar las mejores señales a un coste menor.

PCTV como contrapeso

La empresa PCTV inicia sus operaciones en 1990, contando con la participación del 96 por ciento de los cableros del país (3), y en junio de 1991 comienza formalmente sus transmisiones. La creación de PCTV 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, 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 usuarios en materia de contenidos.

Actualmente, PCTV transmite en 31 estados de la República y cubre 450 ciudades. Debido a su cobertura, la cantidad de sistemas que la integran y el número de suscriptores con que cuenta, se define como la mayor programadora de CATV en América Latina. Genera canales propios, produce programación de televisión (una fuente de ingresos adicionales por repetición de sus programas) y distribuye canales internacionales.

Para los receptores la década de 1980 fue crucial debido a la aparición de innovaciones tecnológicas y a la gestión conjunta de los cableros, así como por importantes modificaciones del marco legal. Entonces existía, por un lado, una televisión abierta deficiente en términos de contenido (sobre todo informativos), y por otro, se iniciaba una apertura hacia el mundo, propiciada por la globalización que beneficiaba a los sistemas restringidos de televisión. En busca de lo original y diferente, los grupos sociales que estaban en condiciones de hacerlo deciden pagar la suscripción de una televisión más plural, internacional, que les permitiera tener más opciones.

La acelerada renovación tecnológica, las producciones audiovisuales en serie, el consumo masivo, el menor costo de los receptores de televisión, entre otros, fueron factores que llevaron a las audiencias a valorar la recepción individual, la 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.

Debido a las características ya mencionadas, la CATV es un medio que responde adecuadamente a las necesidades de las audiencias: programas diversos en contenido, géneros y origen. En este contexto, surgen canales privados pero con programas culturales y sociales (en su mayoría extranjeros) que más tarde se harían temáticos y pasarían a integrar importantes grupos mediáticos. Como si se tratara del reverso de una misma moneda, frente

a la globalización televisiva la CATV mexicana de los años 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 CATV ocupara un lugar destacado en el universo de la televisión de pago. Incluso ante la competencia de otro sistema de televisión restringida: la Distribución Multicanal Multipunto, conocido por sus siglas en inglés MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System), que en México se inició en 1989 con Multivisión.

Pero medio siglo no transcurre sin sobresaltos. La CATV mexicana enfrentó desafíos para ocupar un segmento importante en el mercado de la televisión de pago, incluso compitiendo con el sistema MMDS y más tarde con la televisión vía satélite directa al hogar (DTH).

Del cable a una industria de telecomunicaciones

Los años 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. 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».

El 7 de junio de 1995 se dio a conocer una nueva Ley de Telecomunicaciones que, entre otros cambios, aumentó de 15 a 30 años la duración de las concesiones del cable. 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 CATV había experimentado cambios referidos a la integración de los capitales empresariales y al traspaso de concesiones. Estas modificaciones establecieron que los sistemas de CATV estarían comprendidos desde entonces en el sector servicios de telecomunicaciones. ¿Qué significó esta reubicación? Abrió la puerta a la inversión extranjera, aumentándola hasta el 49 por ciento del capital de las sociedades concesionarias (Crovi, 1996). Una lectura conjunta de ambas modificaciones al marco legal coloca de lleno a los operadores de cable en el dinámico mundo de las telecomunicaciones, a la vez que deja abierta la posibilidad de entrar en alianzas económicas internacionales, característica fundamental del sector mediático en el proceso de globalización (4).

Con el paso del sistema analógico al digital, los servicios se diversifican, ampliándose asimismo el rango de confiabilidad en el traslado de señales. Aunque tecnológica, tal

transformación resulta ser la más importante que ha experimentado la CATV desde sus inicios, y repercute en lo económico y lo social.

Como resultado de la confluencia de factores tecnológicos y del modelo económico que liberalizó las comunicaciones y abrió los servicios a la inversión extranjera, en 1994 aparece un nuevo sistema de televisión restringida: la DTH. Televisa anuncia entonces su proyecto SKY, con el que iniciará el servicio de DTH en 1995. La integración del consorcio Galaxy Latin America, operador de DirecTV, cuyo socio nacional es MVS Multivisión, se produce también en 1995. En ambos casos se trata de alianzas estratégicas multinacionales que aprovechan la apertura legal y las posibilidades tecnológicas de la DTH.

Sin embargo, a once años del inicio de la DTH su costo aún es significativamente más alto que el de la CATV, factor que juega a favor de los cableoperadores que han experimentado un crecimiento sostenido en materia de suscriptores (5). Según los últimos datos oficiales, registrados en 2004 por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), mientras la CATV contaba con 2.888.000 hogares suscritos, el sistema MMDS tenía 680.000 y la DTH 1.074.000. Estas cifras indican que el 62,3 por ciento de los hogares usuarios de televisión de pago está suscrito al cable. Las razones de esta preferencia pueden ser los costos por abono, pero también una mayor atención a necesidades comunicativas locales, ya que los servicios de CATV los proveen concesionarios pequeños y medianos, de carácter local y regional, mientras el resto de los sistemas de televisión de pago está concentrado en las grandes empresas mediáticas.

No obstante, el desafío no está en la competencia con las demás ofertas, sino en el bajo acceso que los mexicanos tienen aún a los sistema de televisión de pago (menos del 13 por ciento de los hogares tiene cable). Aun cuando las causas de este bajo porcentaje no dependen directamente de los sistemas televisivos, el crecimiento global de usuarios es el reto mayor a superar. Y se trata de un desafío que se manifiesta tanto en el plano nacional como en el internacional. En el nacional tenemos que la penetración del cable se concentra en estados económicamente más desarrollados, que pueden alcanzar hasta un 25 por ciento de hogares suscritos, en tanto que los menos desarrollados apenas llegan al 3 por ciento. En el internacional tenemos que en América Latina los mayores mercados de CATV son Argentina con 5 millones de abonados, Brasil con 3,5 millones, México con 2,5 millones y Chile con un millón.

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 enfrenado parcialmente, debido a las altas inversiones que exige la digitalización. A estas costosas inversiones se suma un problema creciente: el robo de señales que realizan tanto usuarios directos como empresas que reproducen las señales sin pagar los derechos correspondientes (6).

Desafíos del nuevo siglo

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 abroga 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) un 7 por ciento de la programación total diaria de la red. Este porcentaje excluye las producciones locales y «la programación que originalmente se radiodifunda» (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: ampliar su oferta de servicios pero a un alto costo económico. Para convertirse en operadores de redes públicas de telecomunicaciones, los concesionarios tendrán que invertir en la instalación de fibra óptica (7), además de seguir fomentado las 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.

En el corto plazo, y a partir de la desregulación del sector audiovisual mexicano, es de esperar que haya inversiones extranjeras en la operación de redes públicas para enfrentar las altas inversiones que requiere la incorporación de nuevas tecnologías, base de los servicios ampliados que pueden ofrecer. Para la CANITEC realizar un tránsito exitoso de la industria de la CATV a la industria de las telecomunicaciones por cable implica digitalizar, lograr la bidireccionalidad en las redes y ofrecer servicios telefónicos. Por lo pronto, la propia CANITEC se redefinió como Cámara de Industria de la Telecomunicaciones por Cable, haciendo suyo el reto del cambio.

En 2004, cuando el servicio de cable cumplió medio siglo, la CANITEC informó que el sector ofrecía 10.800 empleos directos, contaba con 2,6 millones de hogares suscritos [cifra que permitía a casi 16 millones de personas recibir señales] y atendía a 180 mil usuarios de Internet de alta velocidad vía cable módem. Su cableado cubría 76.000 kilómetros, llegando con ello a 1.395 localidades, en las que 8,5 millones de casas estaban en posibilidad de recibir su señal. Cabe agregar que para entonces, las principales empresas que prestaban el servicio de televisión restringida vía cable en México eran: Televisa a través de Cablevisión que concentraba un 19 por ciento del mercado, Megacable con un 13 por ciento, Cablemás con otro 13 por ciento y el Grupo Cable TV con un 6 por ciento. Algunos de estos concesionarios ya estaban en condiciones de ofrecer Internet vía cable módem.

En enero de ese mismo año, quizá con el propósito de ganar una mejor imagen pública, los cableros de México lanzaron el programa [Cableducación] (que cuenta con el portal www.cableducacion.org.mx) y el canal *Aprende TV*. Ambos espacios dan cabida a contenidos generados por diversos actores sociales.

Un estudio realizado por la empresa TIBA (8) 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 unos 400 millones de personas. Entre ellos, 15 millones (menos de un 16 por ciento) recibe servicios de televisión de pago (CATV o DTH). En términos económicos, y teniendo en cuenta que cada hogar paga un promedio de 20 dólares mensuales, la televisión restringida representa un negocio cercano a los 3,6 millones de dólares al año, sin incluir los ingresos por publicidad (www.tecnologiaempresarial.info, 12. de diciembre de 2004). Un dato relevante es que Argentina, Brasil, México y Chile, los cuatro mayores mercados, tienen casi 74 millones de hogares con televisión, es decir el 78 por ciento del total regional, de los cuales 12,7 millones (equivalentes a casi al 85 por ciento del total de los países que formaron parte del estudio) ha optado por servicios de televisión de pago buscando mayor variedad en la programación, calidad de imagen y sonido, y servicios diversos.

Aunque con realidades socioeconómicas diferentes, vale la pena recordar que en países como EEUU, donde el cable tiene una penetración del 69 por ciento con 73,5 millones de hogares suscritos, 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 ofrece telefonía a través de sus sistemas de cable a 5,5 millones de usuarios, en tanto que Holanda, Portugal, Noruega, Irlanda, Francia, Japón, Corea y Malasia, entre otros países, están en proceso de completar las instalaciones adecuadas para que la industria del cable provea servicio de telefonía. En América Latina, Argentina, Chile, Venezuela y El Salvador también están gestionando estos servicios. Tal situación demuestra que estamos ante un mercado prometedor por varias razones: debido al interés de los receptores por ver una televisión diferente producida por emisores plurales y, también, porque como consecuencia de la desregulación y las innovaciones tecnológicas, la convergencia es un hecho irreversible que da a la industria del cable nuevas posibilidades.

De la televisión al multiservicio

Al cumplir cincuenta años de existencia y en los albores de un nuevo siglo, los operadores de redes de telecomunicaciones por cable de México buscaron dar respuesta a una pregunta: ¿hacia dónde va el cable? El Programa de Competitividad de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (PROCITEC) fue planteado como una estrategia del sector hacia el futuro. El eje de ésta es pasar de la televisión al multiservicio, haciendo 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 la tendencia actual es convertirse en redes que soporten 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 la 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 positivas realizadas a lo largo de sus años de vida. Por otro lado, cuentan con un capital empresarial sano, unas administraciones eficientes en las principales empresas y una flexibilidad que les permite afrontar el tránsito hacia otro tipo de servicios.

Peripetia: la [Ley Televisa]

El futuro inmediato de la industria de telecomunicaciones por cable, que se veía prometedor aunque con grandes desafíos, fue tronchado el 11 de abril de 2006, con la aprobación de la nueva Ley Federal de Radio y Televisión, conocida como [Ley Televisa]. Una vez más los concesionarios del servicio de cable tienen ante sí al enemigo histórico que ha sabido escamotear por más de cincuenta años, creando estrategias de conjunto originales y exitosas: Televisa. El gigante de la televisión mexicana nuevamente impone sus condiciones y esta vez es a la radio, a la televisión abierta, a la televisión restringida y al conjunto de la convergencia tecnológica.

La postura de la CANITEC es que la Ley Federal de Radio y Televisión incorpore los servicios de convergencia de manera explícita, aspecto que no ha sido considerado con claridad, lo que impide desarrollar una competencia transparente.

Si no se logra presentar una controversia constitucional contra esta Ley (9), en el mejor de los casos se congelarán los cambios previstos para las telecomunicaciones vía cable. Primero, se nombrarán los miembros de la nueva Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), se establecerán estrategias, se forjarán criterios para el sector y recién entonces pueden iniciar las modificaciones; esto en el marco de un proceso electoral en el cual los medios parecen imponerse sobre la voluntad ciudadana. La selección de los nuevos comisionados no será tarea fácil, dado que habrá mucha vigilancia ciudadana a fin de que se cumpla con el principio de independencia de la COFETEL en relación con el sector al cual regula. Incertidumbre es, hasta ahora, el sentimiento que se impone.

«Nuestra industria está preparada para converger los servicios de telecomunicaciones: voz, datos y vídeo. Los concesionarios creemos que si un país como el nuestro quiere ser competitivo debe contar con los servicios de este siglo, e insistimos en ofrecer la telefonía de forma directa», declaró el presidente de CANITEC, Alejandro Puente, poco antes de que la [Ley Televisa] echara por tierra los sueños del sector. Esta Ley, que consolida el duopolio televisivo (Televisa y TV Azteca), establece que las concesiones de radio y televisión se licitarán públicamente bajo criterios estrictamente económicos, lo cual deja fuera de competencia a las radios comunitarias y públicas. Asimismo, indica que quienes deseen

prestar servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión a través de las bandas de frecuencias concesionadas (tal es el caso de los sistemas de cable), deberán solicitarlo a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, lo cual deja un margen de discrecionalidad en el otorgamiento de tales permisos. En suma, la Ley elimina a cualquier competidor, no importa cuán pequeño sea éste; amplía las concentraciones oligopólicas; aumenta el poder de presión política que tienen los consorcios mediáticos, y, por supuesto, fortalece la construcción de un discurso único a nivel social que responde a los intereses de esos consorcios.

A manera de cierre

A más de cincuenta 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. El cable, ahora industria de telecomunicaciones, tiene bastante por hacer en lo económico, lo tecnológico y lo social. Con la reciente aprobación de la Ley Federal de Radio y Televisión, tiene también un importante desafío de orden legal.

Sin duda esta industria ocupa un lugar destacado en la historia y el desarrollo de la televisión mexicana. Como sector se ha caracterizado por dos acciones básicas, que son complementarias: la gestión conjunta de los cambios para alcanzar metas compartidas y el enfrentamiento a las imposiciones de Cablevisión, empresa de cable de Televisa.

Durante su primer cuarto de siglo de vida, el cable en México vivió un periodo de crecimiento lento, en el cual los sistemas no tenían ni temían ninguna competencia. Su objetivo era ofrecer unas pocas señales más que la televisión aérea y, en algunos casos del interior del país, garantizar una mejor recepción de los sistemas abiertos o aéreos de la capital. Pero a finales de los años 80 el panorama empieza a cambiar: el cable se ve amenazado por otros sistemas de señal restringida, surge un nuevo modelo político económico, los descubrimientos tecnológicos son incesantes y nuevas prácticas sociales llevan a los usuarios a buscar la recepción individual.

Libre comercio, globalización, internacionalización de la televisión y acuerdos comerciales son factores cruciales que vienen a dinamizar el sector. Como respuesta a esos desafíos, el sector se desdobló en acciones que permitieron lograr importantes aciertos, como el fomento a las producciones locales. Comprendieron que no se trataba de la alternativa local *versus* global, sino de la alternancia y mejor aún, la suma de ambas dimensiones. Por otro lado, el juego complementariedad-competencia entre la capital y el interior del país llevó a los sistemas de CATV a explorar todos los niveles posibles de audiencia y publicidad.

«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 sus necesidades de desarrollo.

La gestión colectiva es, otra vez, el recurso que estos industriales están empleando para enfrentar la digitalización y el ingreso en la era de las redes. En este contexto, los desafíos mayores en el largo plazo en materia de televisión están en abandonar paulatinamente su identidad como sector de distribución, para pasar a ser productor de un alto porcentaje de sus contenidos. Continúa también abierto el desafío de ofrecer una programación televisiva más plural en cuanto su origen, es decir, integrar a su oferta más canales latinoamericanos y europeos, muy escasos hasta ahora.

La industria de las telecomunicaciones por cable en México puede responder a los cambios de la convergencia, así como a las exigencias de pluralidad en los contenidos que presentan los receptores. Sin embargo, toda acción que emprenda de ahora en más estará reclamando un marco legal más democrático que no vulnere las posibilidades de una libre competencia y que sea parte de una política pública para el sector que sea clara, explícita y que favorezca el desarrollo del país y no los intereses económicos y políticos de unos cuantos.

Bibliografía

CANITEC: *Directorio de socios*, Cámara de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC), México D.F., 1996, 1997 y 1998.

CANITEC / CECIC: *Programa de competitividad de la industria de telecomunicaciones por cable*, Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC) / Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC), México D.F., junio-noviembre de 2003.

CROVI DRUETTA, D.: *La Televisión por Cable. El caso mexicano*, Cuaderno de Ciencias de la Comunicación, núm. 1, Coordinación de Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México D.F., 1990.

———: «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 D.F., 1996.

MATTELART, A.: «Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo», *Diálogos de la Comunicación*, núm. 50, FELAFACS, Lima, octubre de 1997; págs. 9-26.

PIGEAT, H.: *La televisión por cable empieza mañana*, Colección Hermes, Fundesco-Tecnos, Madrid, 1985.

PODER EJECUTIVO FEDERAL / SECRETARÍAS de GOBIERNACIÓN y de COMUNICACIONES Y TRANSPORTES: *Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos*, CANITEC, México D.F., 2000.

SCT: *Reglamento de la televisión por cable*, Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT), México D.F., 1972.

SEVILLA, P.: «Del cable al DTH», en *Apuntes para una historia de la televisión en México*, Espacio 98, Televisa y Revista Mexicana de Comunicación, México D.F., 1998; págs. 415-484.

TREMBLAY, G. y LACROIX, J.-G.: *Télévision. Deuxième Dynastie*, Presse de l'Université du Québec, Québec, 1991.

VVAA: *PCTV, Origen, presente y futuro*, boletín informativo de la empresa PCTV, México D.F., 1995.

Sitios web

www.cofetel.gob.mx, fechas de consulta: 12.02, 27.03 y 4.04.2004; 10, 11 y 12.04.2006.

www.inegi.gob.mx, fechas de consulta: 27.03 y 4.04.2004; 10.04.2006.

www.sct.gob.mx, fechas de consulta: 27.03 y 4.04.2004; 10.04.2006.

www.tecnologiaempresarial.info/circuito5.asp, fecha de consulta: 12.03.2004.

