



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIENCIAS DE LA COMUNICACION

LA CONTIENDA EN LA TELEVISION DE PAGA

"CABLEVISION Vs MULTIVISION"

T E S I S

PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A
ROCIO ALEJANDRA PEREZ SUAREZ

ASESOR: DRA. CAROLA GARCIA CALDERON



MEXICO, D. F.

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Gracias:

**A mis padres por su apoyo incondicional
y por su empuje frente a la vida**

**Un agradecimiento especial a mi amigo Bernardino,
Por ceder incondicionalmente
Su tiempo para la redacción de este trabajo.**

**Mi afecto a la UNAM, que además de mi casa
De estudio, fue donde habitaron mis sueños
Posibles, donde vivieron mis mejores ideas,
Donde nació mi orgullo universitario y donde
Encontré buenos amigos y grandes maestros.**

**Mi agradecimiento a la Profesora
Carola García Calderón, por compartir
sus conocimientos y el tiempo dedicado
a este trabajo.**

**Con Cariño para J. Daniel, porque fuiste parte importante
En el inicio de este proyecto.
Hoy se cumplió una de mis principales metas.
Gracias.**

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION.	1
1. De la Televisión Abierta a la Televisión de Paga.	4
1.1. Características de la Televisión Abierta en México.	4
- Televisa.	
- T.V. Azteca.	
1.2. Origen de la Televisión de Paga.	11
- Estados Unidos.	
- Europa.	
2. El Sistema de Televisión por Cable en México y su Desarrollo en el D.F.	21
2.1. Disposiciones Legales para el Sistema de Televisión Restringida.	23
2.2. Futuro y Competencia.	35
2.3. Legislación de la Televisión por Cable.	37
2.4. Breve Historia de la Televisión por Cable en México (Cablevisión).	48
2.5. Desarrollo de Multivisión.	56
3. Una Explicación de la Televisión Actual	59
3.1. Proyecto Cultural de Cablevisión	69
3.2. Rating Multivisión	73
4. Los Nuevos Horizontes	79
4.1. ¿Que es Sky?	79
4.2. Directv.	84
CONCLUSIONES	88

INTRODUCCION

El desarrollo de la televisión en México puede comprenderse como el progreso de una empresa exitosa, vista así ofrece a sus inversionistas ganancias aseguradas, y el medio de comunicación que puede ir más allá de los intereses de una empresa privada

La televisión representa una importancia fundamental para la sociedad en cuanto a nivel de información que la misma puede tener ya que es manejada como medio de intercambio y como un vehículo de reforzamiento del poder. Por lo mismo se ha convertido en el medio favorito de difusión de el gobierno, para anunciar sus decisiones y también para mediatizar las demandas sociales.

La televisión tradicional ya ha sido objeto de estudio y quizás sea poco lo que se puede decir de ella que no se haya dicho ya, por otra parte la razón de esta investigación es conocer como el surgimiento de la televisión de paga ha ido desplazando en cierta medida a la televisión comercial, ya que ésta en cuanto a programación se ha estancado al recurrir a viejos programas y series que en décadas pasadas fueron exitosas por ello, ha dejado de ser atractiva para el entretenimiento de ciertos grupos, por su pequeño número de canales y contenido, además se puede plantear que la estructuración de la barra de programas de la televisión de paga responde a modificaciones de la escala de valores de determinados grupos sociales pertenecientes a la clase media mexicana.

La televisión de paga en México se expresa en la competencia empresarial de dos televisoras que se disputan el mercado, así como la influencia en la conciencia del consumidor a través del contenido de su programación y la proyección de nuevos patrones de comportamiento socioeconómico y cultural.

De ahí que el objetivo de la presente investigación sea el analizar no solo la lucha económica, sino también sus posibles efectos ideológicos para reproducir o modificar un orden político-social establecido.

El éxito ideológico y económico de la televisión abierta generó otra alternativa, la televisión selectiva o televisión de paga, caso concreto en México Cablevisión y Multivisión, la cual tiene una permanencia de más de 20 años como medio eficiente.

Cablevisión a la fecha suma más de 1'250,000.00 suscriptores, repartidos en las 297 poblaciones más importantes del país; cabe mencionar que México factura alrededor de 400 millones de dólares anualmente. El mercado que se ha encontrado este sistema dentro del Distrito es el de una competencia cerrada: como Cablevisión y Multivisión.

Los medios de comunicación cumplen su función mediante la transferencia simbólica de significados, valores y creencias. Sobre todo proporcionan el carácter distintivo del orden social en el que se reproducen, de tal forma los medios sugieren la respuesta al cambio potencial de ese orden.

Todo depende del grado de estabilidad o inestabilidad de la estructura del poder de la sociedad lo cual no depende únicamente de la función de los medios de comunicación, en este caso específico la televisión.

Con el desarrollo que ha tenido esta televisión ha creado dos efectos que me parece importante mencionar:

Como factor ideológico: puedo incluir cierto grado de incidencia en la educación, los lenguajes y las culturas comunes difundidas dentro de este medio y, como punto esencial cierto grado de libertad de elegir programación dentro de la sociedad mexicana a las opciones televisivas

Factor Económico: las inversiones de capital en el ramo de la televisión cerrada permite la distribución del sistema televisivo, incrementando la tecnología el desarrollo de personal competente y un nivel de ingresos que genere cierto capital a la creación de nuevos canales con el objetivo de lograr una mayor penetración.

La televisión de paga como nueva opción es continuación de las tendencias de desarrollo, de la comunicación que representa un elemento renovador el cual requiere de un cambio de mentalidad empresarial, un cambio de enfoque desde el punto de vista económico, administrativo, tecnológico y en la concepción de la comunicación que se trasmite por esta nueva expresión de la televisión..

La televisión de paga en México que se inició con Cablevisión en 1969, encontró competencia hasta 1986 que fue cuando comenzaron a transmitirse la primeras señales de Multivisión, la competencia además de económica; creó una función favorable a los requerimientos culturales, ideológicos y políticos de una sociedad en proceso de modernización, esto se ha convertido en el elemento importante del individuo dentro de su tiempo libre en determinados niveles y ello parece estar más allá de toda discusión.

Ahora bien lo importante no es ubicar a los contendientes sino conocer qué es la televisión de paga, quién la financia, cual es su propuesta comunicativa, sus ideas, valores, y concepciones de sociedad.

Pues ya que el nivel de desarrollo económico y socio-cultural de las sociedades de hoy en día plantea para la televisión mayores exigencias de comunicación y de diversión, la televisión como empresa recupera, pero también plantea sus posiciones y sus intereses.

Con esta investigación pretendo demostrar que la televisión de paga, considerada como parte de las nuevas tecnologías que han generado cambios radicales en el área comunicativa así como de información, se convierte en uno de los elementos centrales del proceso de modernización de la televisión en nuestro país.

Esta nueva etapa marcó la diferencia entre la televisión cerrada y la abierta, que es la de instituir gustos y tendencias, de crear necesidades de apreciación para que a un corto plazo determinar los

finés de la evolución que van tomando fuerza a medida que crece su contenido y su tendido dentro de nuestro territorio.

La posibilidad comunicativa de estas televisoras, es la vista por sus empresarios como instrumento de poder, ya que la manipulación que ejercen sobre este medio masivo les permite el acceso a la estructura de valores del público receptor, quienes con el simple hecho de apretar un botón están aceptando la propuesta ideológico-comunicativa de la programación televisiva

La televisión de paga no ha sido hasta el momento objeto de estudio, por ello considero que se debe desarrollar una investigación que nos permita conocer cual es la propuesta de comunicación, su forma de influir y su método de reproducir patrones culturales y cuales son, además de precisar en lo posible si responde a ciertos intereses del Estado, olvidándonos quizá del compromiso social que como medio de comunicación le compete

El análisis de su propuesta comunicativa nos arrojará información sobre el tipo y calidad de influencia que quizá después sea llevado a los rubros de la televisión abierta, así mismo, nos permitirá conocer las características de la expansión de la televisión pagada y cual es la situación que guarda esta industria en México.

Determinaremos también, como ha sido manejada

El análisis de su propuesta comunicativa nos arrojará información sobre

- Factores que intervienen en el surgimiento de la televisión de paga.
- Las características de la expansión de la televisión pagada y la situación que guarda esta industria en México.
- El tipo y calidad de influencia de la televisión de paga.
- La forma en que ha sido manejada esta situación por ciertos grupos económicos de carácter dominante para que su penetración sea cada vez mayor, no con el objeto de enajenar sino de entretener y desarrollar un nivel de cultura en el público espectador.

Ahora bien el crecimiento de suscriptores ha observado el posible reflejo de la atracción y de la probable influencia que su programación generó en el teleauditorio y ahora esta opción en México es un nuevo nivel de expresión ideológica que se pretende a través de la trasculturación aumentar, los ya desgastados niveles de identificación nacional.

La presente investigación se expone de la siguiente forma:

En el primer capítulo se presenta el proceso sintetizado de la historia de la televisión abierta en nuestro país y como a partir de ella se inicia la televisión de paga, se analizan las dos principales cadenas de televisión privada en la actualidad: Televisa y TVAzteca.

En el segundo capítulo se presenta el marco jurídico para el sistema de televisión de paga, se exponen las características de sus dos expresiones comunicativas: Cablevisión y Multivisión.

En su tercer capítulo se exponen los elementos técnicos que permiten la transmisión de este tipo de televisión.

En su cuarto capítulo se exponen las nuevas facetas de expansión que Cablevisión y Multivisión han desarrollado para enfrentar los nuevos niveles de competencia entre ellas y su búsqueda de ampliar su cobertura

1. De la televisión abierta a la televisión de paga

1.1 Características de la televisión abierta en México

El propósito de iniciar esta investigación con una reseña del desarrollo de la televisión en la capital mexicana, desde sus inicios hasta nuestros días, es porque dentro de esta historia se inicia el surgimiento de la televisión de paga (por cable o por señal), la cual con características particulares tanto de transmisión como de programación, establece un capítulo más en la televisión que existía hasta antes de su aparición, esto provocó una serie de transformaciones económicas, políticas y culturales, a las que es difícil de escapar, ya que va más allá de la mera presencia de los aparatos televisivos.

Sin duda, el pionero de la televisión en México es el Ing. Guillermo González Camarena, quien nació en 1917 en Guadalajara, Jalisco. En 1930, se inscribió en la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME), donde sólo estudió dos años por haber entrado a trabajar en la estación de radio de la Secretaría de Educación. Desde el inicio de los años treinta realizó experimentos con equipo construido por él mismo. González Camarena es considerado como el iniciador del sistema de televisión cromática basado en los tres colores, rojo, verde y azul patente que vendió en 1940 a las compañías RCA, Victor en los Estados Unidos.

Durante la segunda mitad de los años cuarenta, el gobierno de México recibió las primeras solicitudes para manejar estaciones de televisión comercialmente, entre ellas estaban las de los señores Rómulo O'Farril y Emilio Azcarraga Vidaurreta.

El 7 de septiembre de 1946 se inaugura la estación experimental de televisión XHIGC con permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y bajo la responsabilidad técnica de González Camarena. La Transmisión comenzó a las 14:30 horas con un programa artístico y por espacio de dos años la televisora difundió programas cada sábado en la ciudad de México.

A solicitud del entonces presidente de México, Miguel Alemán Valdés, se nombró una comisión a fin de que se encargara de observar y analizar los principales sistemas de televisión que

operaban en el mundo (el manejo por particulares y el oficial o estatal) La comisión la integraron el escritor Salvador Novo y Guillermo González Camarena, quienes realizaron viajes por Estados Unidos y Europa, elaboraron un informe al presidente para contar con elementos que ayudaran a decidir la forma cómo operaría la televisión en México.

- Televisa.-

En 1949 se otorgó a la empresa Televisión de México, S.A. presidida por el Sr. Rómulo O'Farril, la primera concesión. Se le asignaron las siglas XHTV canal 4 y comenzó a realizar transmisiones de prueba en el mes de febrero de 1950. El 31 de agosto del mismo año se inauguró la estación, siendo la primera televisora de México y América Latina, y al día siguiente, 1º de septiembre, inició sus transmisiones regulares con el IV informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés

A fines de octubre de 1950 empezó a salir esporádicamente al aire XEW-TV canal 2, con transmisiones originadas en los estudios radiodifusores de XEW, en tanto terminaban las instalaciones en donde más tarde sería Televisión.

Mientras tanto, el canal 4 que tenía sus estudios y oficinas muy reducidas, emitía su señal de las 5 de la tarde a las 7 de la noche, casi sin anuncios: los primeros patrocinadores de la televisión mexicana fueron la compañía de relojes Omega y las tiendas Salinas y Rocha Alameda.

Fue hasta un mes después cuando el canal 2, concesionado a la empresa Televimex, S.A del señor Emilio Azcárraga V., empezó sus transmisiones regulares.

Así, surgió la competencia entre los canales 4 y 2, en tanto aumentaba el número de aparatos receptores en las casas de la ciudad de México.

En 1952, el 18 de agosto, comenzaron las transmisiones regulares de la tercera estación televisora en México, XHGC canal 5 concesionada a González Camarena.

El 26 de marzo de 1955, se conoció definitivamente la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S.A. uniéndose los tres canales con el propósito de crear una estructura más sólida, benéfica para la industria y con mayores posibilidades de servicio y expansión. Telesistema Mexicano comenzó a enviar su señal a la provincia, instaló retransmisoras, mientras surgían televisoras locales.

En 1958, se inaugura XHHPN, canal 11, estación de carácter cultural perteneciente al Instituto Politécnico Nacional en la ciudad de México.

En 1962, nace en Monterrey la cadena de Televisión Independiente de México (TIM), iniciando transmisiones con el canal 6 local. Posteriormente, el canal 8 de México, perteneciente a TIM, comenzó a transmitir el 25 de enero de 1968.

Canal 8: El 1 de septiembre el presidente Díaz Ordaz rinde su IV informe de gobierno, su mensaje es transmitido por dos nuevos canales de Televisión XHITIM, Canal 8, y XHFD, Canal 13.

La concesión del Canal 8 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Fomento de Televisión S.A. Con el fin de fortalecer financieramente la puesta en marcha de la emisora, la nueva concesionaria se asocia con la empresa de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa, de Monterrey, Nuevo León. Aunque la inauguración oficial de este canal tiene lugar con la transmisión del informe presidencial el 1 de septiembre de 1968, sus transmisiones regulares dan inicio el 25 de enero de 1969. En este proceso Canal 8, realiza varias transmisiones de prueba entre las que destacan las efectuadas desde Washington y Nueva York, la primera, el 5 de noviembre, para informar sobre el curso de las elecciones presidenciales en Estados Unidos, y la segunda, en diciembre, para traer a México la imágenes de la pelea por el campeonato mundial de peso completo entre Joe Frazier y Oscar Bonavena.

En 1967, comenzó simultáneamente la transmisión en colores por los canales 2,4,5, y 9 de Telesistema Mexicano.

El 29 de abril el gobierno de la república da a conocer que en adelante el Instituto Mexicano de televisión asumirá para fines de identificación institucional y comercial el nombre de Imevisión, y anuncia la apertura de una nueva frecuencia en la Ciudad de México, la del Canal 7. La televisora sale al aire el 18 de mayo de 1985 con las siguientes siglas XHIMT y como cabeza de una red nacional integrada por las 99 emisoras que hasta ese momento operaban con el nombre de Televisión de la República Mexicana (TRM), organismo que como consecuencia de estos cambios queda disuelto.

Al igual que lo habían hecho antes otras emisoras, el canal 13, XHDF, se inaugura oficialmente transmitiendo un informe de gobierno, en su caso correspondiente al 1 de septiembre de 1968. Su programación regula, sin embargo, se inicia el 12 de octubre de ese año desde estudios ubicados en la calle de Mina número 24, en la colonia Guerrero. Su antena, el transmisor y un estudio adicional se colocan en la parte más alta de la torre Latinoamericana. La concesión para operar el canal 13 se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras organización Radio Centro.

El canal 13 se transforma para el 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi 4 años como empresa privada. La operación se realiza a través de la institución financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX). La adquisición de canal 13 constituyó la primera de una serie de acciones efectuadas por el Gobierno del presidente Luis Echeverría encaminadas a fortalecer el papel del Estado. Como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destacaron, el 29 de abril de 1972, la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México. (Llamada más tarde, en 1980, Televisión de la República Mexicana). En 1976 se constituyen nuevas y modernas instalaciones para el canal 13 a unos pasos de la carretera Ajusco en el sur de la Ciudad de México.¹

A principios de los años setenta, se fusionaron Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México y nace Televisa, la cual comenzó a operar en 1973.

¹ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en México. de. CIRT. México .1991.pp 197

Para abril de 1985 hubo una serie de cambios, se lanzaron los satélites de transmisión Morelos y Solidaridad, se renuevan concesiones, nace y muere CEMPAE, surge IMEVISIÓN con los canales 7 y 13 que posteriormente se privatiza y concesiona a Televisión Azteca, etc

- T.V. Azteca

T.V. Azteca nació en una época singular, caracterizada por los cambios en todos los campos. La globalización llegó acompañada de reacomodos económicos mundiales y nuevas tecnologías que obligaron a este país a cambiar aceleradamente.²

En el año de 1993, un grupo de empresarios que fueron calificados por ciertos sectores de la prensa como visionarios, plantearon su objetivo: **cambiar la imagen de la televisión mexicana.**

Era un requerimiento de los tiempos que ya se veían. Fue la idea con la que a mediados de ese año, decidieron participar en la licitación de lo que se llamó Paquete de Medios de Comunicación, que comprendía la Compañía Operadora de Teatros, S. A., Los Estudios América, el periódico El Nacional e Imevisión junto con 28 empresas más.

MEDCOM

RADIO TELEVISORA DEL CENTRO

GEOMULTIMEDIA

COSMOVISIÓN

Participaron en la licitación, *Medcom, RadioTelevisora del Centro, Geo Multimedia y Cosmovisión.* Ganó la licitación **Radio Televisora del Centro.** Grupo encabezado por Ricardo Salinas Pliego.

Cuando nació T.V. Azteca todo estaba por hacerse, empezando por definir lo que entendían por nueva televisión, que era apenas una idea y un propósito.

Los clientes eran unos cuantos, la imagen seguía presentando niveles deficientes y la señal llegaba con estas características a casi todo el territorio nacional a través de canal siete y de canal trece.

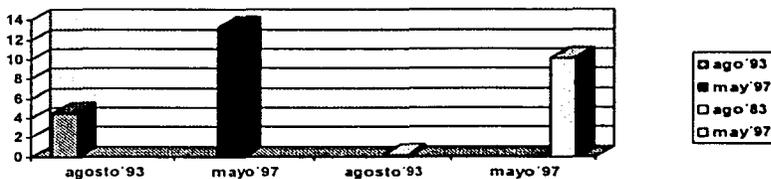
² Gonzalez Treviño, Jorge Enrique. Televisión y Comunicación Pp.28-31.

La decisión que adoptaron fue entrarle de frente, atacar los problemas en forma simultánea si era posible

De acuerdo con la logica, lo primero fue mejorar la imagen, luego los transmisores para que esa imagen llegara a donde se deseaba y despues el reto más grande, producir los programas que se iban a transmitir.

Y la programación original, que empezó a marcar la diferencia fue un conjunto de programas con un formato diferente en la estructura de los noticiarios y un manejo de temáticas distintas en las telenovelas así se empezaron a transmitir: Hechos, Ventaneando, Ciudad Desnuda, Se vale Soñar, y telenovelas como Nada Personal, Al Norte del Corazón y Mirada de Mujer.

RATING



La producción propia, que en 1993 no existía y que ha sido uno de los secretos del éxito de T.V. Azteca, ha crecido de manera impresionante. A mediados de 1997 ya se exhibían cada semana casi 34 horas a la semana de estos programas y a finales de diciembre pasado la meta eran 50 horas a la semana. Algunos programas comprados en el extranjero se mantuvieron, mientras que otros fueron sustituidos, por ejemplo: Los Simpson y la Niñera.

Para la producción de los programas, lo que eran los estudios América se convirtieron en Azteca Digital, donde se filman telenovelas y otros programas con equipo totalmente digital, lo que garantiza una imagen de calidad inmejorable.

Simultáneamente se creó **Azteca Music**, donde se producen fonogramas que han tenido notable éxito, además de temas de telenovelas y otros programas. Se dieron casos como el disco de la novela Nada Personal, que tuvo gran éxito en países de América del Sur aun antes de que la Telenovela se transmitiera en las estaciones de esas naciones.

La programación, según sus voceros, siempre ha conservado una orientación social y se enfoca al servicio de la comunidad. Como consecuencia natural, se presentaron solicitudes diversas, lo que permitió cristalizar otro propósito anterior. La constitución de una institución de auxilio como las que hay en el país. Así nació la fundación Azteca, un organismo no lucrativo que capta donativos y los canaliza en diversas formas, incluyendo becas, a las personas más necesitadas.

T.V. Azteca ha innovado también las ventas. No ofrece a sus clientes un horario específico, sino puntos de rating, es decir, audiencia segura. Por eso tienen clientes de la importancia de Unilever, Coca-Cola, Kimberly Clark, Cuervo y otros.

Cuando televisión Azteca nació en 1993, canal 13 llegaba a 77 % del territorio nacional, cifra que ahora es de 97 %. En canal 7 se pasó del 53 % a 95 %.

En febrero de 1996, T.V. Azteca colocó en los mercados internacionales de capital, un bono por 425 millones de dólares, una parte a siete años de plazo y otra a diez años, con lo que sustituyó su deuda de corto plazo y obtuvo recursos para capital de trabajo. La demanda del bono fue muy superior.

Esa imagen de T.V. Azteca como una empresa pujante, sólida y la de México como un país que estaba saliendo de su crisis económica más grave de las últimas décadas, hizo que su boom económico se ampliara, el 9 de agosto de 1993, accionistas de la empresa colocaron en la bolsa de valores de México y The New York Stock Exchange, así como en mercados de Europa, el 26 % del capital de la empresa.

1.2 Origen de la televisión de paga:

El impulso que actualmente presenta la televisión por cable se debe en gran medida al apoyo tecnológico y financiero con que ha contado. De tal forma, que no es difícil comprender que tanto su origen como su desarrollo están vinculados, precisamente, con aquellos países donde dicho avance tecnológico le permitió surgir y expandirse.

El 20 de mayo de 1969, se inició en México el desarrollo de la televisión por cable al obtener la Cadena de Televisión Independiente (TIM) a través de Cablevisión S.A., la concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para vender en la ciudad de México el servicio de este nuevo tipo de televisión.

A través de la modernización que ha tenido la televisión en México desde su aparición como fenómeno que marcaría la llegada de un modelo de vida y junto con su propuesta comunicativa, la televisión por cable tiene una presencia importante dentro de miles de hogares de sectores altos y medios de nuestra sociedad que participan en la toma de decisiones en este país.

Esta televisión además de ser una propuesta de organización de nuestra vida cotidiana, con un modelo de vida que cada vez se parece más a nuestro vecino país del norte. Los videos, los especiales, las noticias de cadenas norteamericanas y las series en inglés, forman parte de un proyecto de imposición cultural así como nacional y que tienen que ver con la construcción de formas de diversión con la instauración de formas de consumo y de pensamiento, hasta la pérdida de nuestro idioma.

Los grupos que ven televisión por cable son aquellos que comprenden el inglés, los que pretenden vivir de un modelo desarrollista que aspiran a ser como en Estados Unidos, los que se informan y confían en las noticias provenientes de afuera que no creen en el proyecto nacional y que poco a poco van mostrando un desprecio hacia lo que ostenta el sello nacional.

Esto es el arraigo de una formación que se liga con posiciones conservadoras y con un proyecto de control social.

Visto de otra manera este servicio presenta como antecedentes de origen a dos regiones geográficas que ayudaron a su expansión: Estados Unidos y Europa.

- Estados Unidos:

Por el año de 1940 la televisión había adquirido ya una importancia significativa como medio de difusión. Esta industria presentaba su más alto grado de desarrollo en los Estados Unidos, debido a que el avance tecnológico que experimentaba ese país, reafirmado por la destrucción europea y japonesa de la segunda guerra mundial, que dejó intacta la estructura productiva estadounidense. Dadas las características de propagación de las señales de televisión el mercado de la incipiente industria de la televisión se encontraba restringido a ciertas áreas, de manera que no se veía la necesidad de poner repetidoras para proveer de un adecuado servicio de televisión a porciones substanciales de la nación, ya que no ofrecía interés comercial para la industria.

Para remediar la situación en la que se encontraban muchas comunidades de los Estados Unidos, por los años cuarenta se comenzaron a construir antenas individuales más o menos altas y elaboradas, que colocaban en el techo de su casa o patio, en algunas ocasiones se lograba obtener una señal apenas regular.

Al darse cuenta los colindantes de una casa, en la que se encontraba instalada una antena de este tipo, que el vecino estaba recibiendo señales de televisión, entraban en tratos con él para que les diera acceso a éstas mediante una extensión a sus casas e improvisar de esta manera su recepción. Con este ingenioso método, comenzó a evolucionar el concepto de una antena comunal,³ que fue intrascendente en la solución de este problema.

Sin embargo, el motivo de peso para el inicio de la televisión por cable tuvo realmente un significado mercantil, apoyado en las grandes ganancias que desde entonces significaba, para unos pocos, el desarrollo de la industria de la televisión que por esos momentos se encontraba en la de sus primeros impulsos con esto estaba planteando en algunos lugares una crisis de realización para

³ Keller building. Cable televisión a Message About The Medium. The Pennsylvania State University.

algunos aparatos de televisión, siendo esto determinante para el surgimiento de la televisión por cable, primero en los Estados Unidos y después en el ámbito mundial. Cuando se extendió la comercialización de los televisores en los Estados Unidos, un vendedor al menudeo de éstos en Lansford Pa., Robert J. Tarlton - tecnico en electrónica_ tuvo problemas con la venta de sus televisores, precisamente porque las señales que llegaban a Lansford de la estación más cercana en Filadelfia (65 millas) eran muy malas, debido a que las colinas entre ambos bloqueaban las señales.

Tarlton experimento en 1949 instalando en la montaña antenas individuales para cada televisor. Este sistema trabajó regularmente hasta que tuvo una idea mejor y para llevarla a cabo, formó una asociación llamada *Panther Valley Television Co.* Con el financiamiento de esta compañía, Tarlton construyo en 1950 el primer sistema comercial de televisión por cable en el mundo, instalando una antena maestra en la cima de una montaña para captar las señales provenientes de Filadelfia, las cuales fueron transmitidas para cada hogar por medio de un cable.

La compañía ofreció sus servicios a sus posibles clientes por \$ 125 dólares la instalación y una renta fija mensual de \$ 3 dólares. Los residentes de Lansford, "hambrientos" de televisión, comenzaron a comprar televisores y "entraron al cable": Los suscriptores recibieron 3 canales de Filadelfia con gran fidelidad y calidad.⁴

Esta televisión progresó rápidamente partiendo del sistema impuesto por Tarlton y otros más, de manera que los pueblos y comunidades que no habían sido considerados como mercados atractivos y que fueron ignorados, a través de este servicio se convirtieron en un mercado potencial y altamente lucrativo. Este negocio ha sido muy dinámico y relativamente con pocos fracasos, tan es así que no podía estar limitada a un área sin señales de televisión. Gradualmente, empezó a extenderse a ciudades con un solo canal de televisión y luego a aquellas que tenían dos o más canales. El crecimiento es el resultado del éxito que ha tenido en todo el país. El nivel de desarrollo alcanzado es abrumador y genera una gran cantidad de beneficios para quienes lo explotan. Ha sido tan acelerado su crecimiento que tuvo que regularse su operación en ese país. En un principio cuando la televisión por cable se utilizó para llevar señales de televisión a áreas oscuras, las franquicias o concesiones de televisión por cable eran transmitidas localmente por

⁴ Idem.

las autoridades municipales sin que interviniera la Comisión Federal de Comunicaciones; en 1966 cuando la Comisión decidió reglamentar y establecer normas, era porque aparentemente en Estados Unidos la televisión por cable ha sido reconocida ya como un factor importante para la comunicación masiva.⁵

Sin embargo más que un factor de comunicación masiva, la televisión por cable ha venido convirtiéndose en un negocio total y absolutamente remunerado, alcanzado cifras que jamás se hubiese imaginado. Así por ejemplo, en el año de 1971 se tenían 2,750 sistemas funcionando en Estados Unidos y otros 2,400 más estaban en proyecto de operación o construcción. El número de suscriptores ha venido creciendo a un ritmo anual que va del 20 al 25%, y para años futuros contemplan un auditorio de más de 25 millones de televidentes, lo que significa un constante aumento de poblaciones con el servicio, y consecuentemente un alto grado de utilidades para las compañías que absorben, por medio de cuotas y otros gastos de los suscriptores, grandes utilidades.

ANEXO I

TELEVISIÓN POR CABLE: INVERSIONES Y BENEFICIOS PARA LOS AÑOS DE 1970 Y 1971 EN LOS ESTADOS UNIDOS.

CONCEPTO	AÑO		INCREMENTO
	1970	1971	
Sistemas en operación	2,500	2,750	10.0
Sistemas en proyecto de operación	2,000	2,400	20.0
Número de hogares servidos	4,500,000	5,200,000	15.5
Televidentes abarcados	12,000,000	19,000,000	58.3

⁵ Ralph Lee Smith. The Wired Nation. Cable television: The electronic communications Highway. New York Pp.8

Porcentaje agrupado del teleaudi- torio nacional.		7.8 %	9.0%	15.4
Porcentaje de incremento anual en el número de suscriptores.		20-25 %	20-25 %	
Renta anual captada (dólares)	200,000,000	-----	-----	-----
Capital invertido a la fecha	500,000,000	540,000,000		8.0
Inversión anual (dólares)	-----	350,000,000	-----	-----

FUENTES: Cable television, a message about the medium. J.O. Keller Building
The wired nation, cable Television: The electronic communications highway.
R. Lee Smith.

La aprobación de este servicio en los Estados Unidos tiende a ser cada vez más central y por tanto monopólica.

Lo anterior fue propiciado por la legislatura norteamericana al respecto, al poner a los operadores de este servicio en condiciones de evadir las normas que establecen la propiedad diversificada o múltiple.

Así, en tanto la Comisión Federal de Comunicaciones restringe a 7 el número de estaciones que una persona (o empresa) puede tener, de las cuales no más de 5 pueden ser de UHF, no hay límite para el número de flujo de las receptoras locales y regionales que el propietario de una instalación de CATV (televisión por cable) pueda tener.⁶

Otro fenómeno que se presentó como consecuencia de esta concentración del servicio en grupos reducidos, es el de consorcios productores de aparatos eléctricos que se encuentran políticamente vinculados con las compañías que llevan este servicio a las comunidades, y que son quienes proporcionan el equipo necesario tan importante, - sobre todo en medida de que se vuelve más sofisticado - para el buen desarrollo de éste.

⁶ Idem.

Esto ha sido más evidente en los últimos años, ya que durante en el año de 1972 las grandes corporaciones de la electrónica y las comunicaciones controlaban el 36% del circuito de televisión por cable en los Estados Unidos, las licitaciones importantes para explotar canales por medio del cable están otorgadas a las grandes corporaciones, quienes agrupan a la 5 principales empresas del servicio en ese país: Teleprompter relacionada con Hughes Aircraft, Televisión Communications, con el consorcio Multimedia Warner . Telecommunications Inc con Golf and Western; Viacom, en esa época relacionada con la CBS, Cablevisión, con General Electric, Time Life Cable Communications, y varias más

Estas grandes corporaciones tienen todo el mercado por delante (y no solo esta industria de la televisión por cable, sino también en la rama de los videocassettes y de los satélites artificiales), para estas fechas estimaban que para el año de 1980, la mitad de la nación estaría con el servicio de cable, y que la industria tendría un valor aproximado de 5 millones de dólares, con inversiones anuales de alrededor de 2 millones de dólares ⁷

- Europa:

El rápido desarrollo de la televisión por cable, no sólo ha ocurrido en los Estados Unidos. Los países de Europa Occidental han venido trabajando intensamente en la comunicación de estos sistemas por muchos años, lo que como consecuencia han traído incrementos cada vez mayores en relación al número de suscriptores vinculados al servicio.

Los sistemas que usan cable coaxial, fueron establecidos desde el inicio de la década de 1960 en las regiones montañosas de varios países. La compañía denominada Coditel S.A., en operación desde 1961, es la que ha venido expandiendo el sistema en países como Suiza, Bélgica, Francia y Luxemburgo, entre otros.

⁷ Woard L. Y Leo A., Dirección de Estaciones de Radio y Televisión, Dc. Diana, México 1971. Pp. 119 y 120.
Ralph Lee Smith, Pp. 5.

Las licencias para poder llevar a cabo el servicio se comenzó a dar, en la década de 1960, siendo en este año cuando se establece oficialmente su operación en Francia. Posteriormente se vinieron otorgando otras licencias y se reglamentaba el servicio en Suiza, Bélgica y Luxemburgo para el año de 1961, para Austria en 1963 y para Alemania en 1964. Estos eran países que iniciaban el desarrollo de la televisión por cable en el continente europeo.

Las licencias y concesiones fueron repitiéndose poco a poco hasta alcanzar, para 1971, un total de 15 países y un auditorio compuesto por 65 millones de familias. Es decir, que del total de las televisiones europeas registradas, para ese año, un promedio del 105 eran servidas por el sistema de la televisión por cable.*

Como en todas partes donde aparece el servicio, los sistemas de televisión por cable en Europa Occidental han venido incrementándose en áreas en las que no puede ofrecerse buena recepción sirviéndose de antenas y aparatos convencionales.

Aún cuando las barreras geo - físicas no presentaran ningún problema, las interferencias de factorías o el aumento de grandes edificios, han sido a menudo el impulso fomentados de la instalación del servicio.

Sin embargo, el desarrollo del sistema se basa en la solución de tres demandas primarias:

- a) El mejoramiento de la recepción por aire de canales de televisión y de radio FM.
- b) La probabilidad de aumentar la diversidad de programas a través de la recepción de señales extranjeras y locales, y
- c) La reducción de numerosas y feacas antenas.

* "What's happening Over There ? Cstv in Europa" en Revista Televisión Communications, New York, vol. 10 Núm.06 Junio 1973. Pp.56

El punto más importante es el segundo, ya que antes de que entrara la televisión por cable, los programas extranjeros presentaban un gran atractivo, pero eran grabados con fechas anteriores a su exhibición, es decir se trataba de los conocidos video-tappes

Por lo tanto la introducción directa de series extranjeras, dentro de la programación diaria que realiza el servicio, ha presentado un gran atractivo para aumentar la demanda

Mientras el panorama presentado indicaba un aumento de la popularidad de la televisión por cable en Europa, el desarrollo de la industria puede ser significativamente diferente en relación a como se da en los Estados Unidos.

Esto es porque el factor de regulación y operación de las comunicaciones en Europa actúan bajo el control de la Administración Postal de Teléfonos y Telégrafos (PTT), donde la televisión por cable es reconocida como una simple extensión de esta administración.

Ello no significa que pudiera presentarse lo anterior como una limitante en el desarrollo de la industria para el futuro, ya que se han realizado sistemas pilotos y otorgado licencias experimentales en donde, aparte de obtener bastante éxito, los gobiernos europeos han venido mostrando mayor interés para el fomento de la industria.

Así los europeos desarrollaron un sistema sobre los modelos de propiedad del servicio existiendo actualmente las tres formas siguientes: privadas, públicas y una combinación de los dos.

Las compañías privadas son auto-financiables obteniendo una franquicia local de las autoridades municipales donde lleven el servicio en adhesión a la licencia de la PTT. Las Públicas pertenecen el 100% a la municipalidad y son financiadas por los fondos del mismo municipio. Y las combinadas pertenecen tanto a la municipalidad como a las compañías privadas. La primera, generalmente, mantiene la licencia del sistema y provee algunos recursos para poder subsanar las necesidades de capital que requiere la construcción de los sistemas .

Los primeros sistemas delineados en Europa, eran de propiedad privada y se desarrollaron gradualmente a través de un buen periodo. Sin embargo, después los modelos de propiedad públicos y combinados fueron ganando auge y popularidad en la mayoría de estas naciones, sin dejar por ello de existir también los de propiedad privada como en Suiza, Bélgica, Luxemburgo, Reino Unido, Suecia y Holanda.

El mayor desarrollo del sistema por medio de los modelos combinados ofrecen ventajas a ambas industrias (públicas y privadas), siendo su objetivo el expandir el servicio aún donde existe una baja densidad de población y por tanto de atracción económica para la industria privada interesada en aumentar sus ventas, lo que ha venido subsanando con el apoyo financiero que recibe por parte del gobierno para tener costos más bajos. Así por ejemplo, países como España, Alemania Occidental, Austria, Italia y Portugal; además de los antes mencionados, han tratado por una parte, de reunir los requerimientos mínimos del mercado, y por otra parte, el reducir los costos de construcción por medio de la PTT.

Como podemos ver, el futuro de la televisión por cable en Europa está en relación al acuerdo que se establezca entre las empresas privadas y el gobierno, por lo que la decisión final de permitir o no la introducción de estos servicios es una decisión política, que lo más probable es que actuará como conciliadora de intereses, con objeto de poder incrementar las áreas de funcionamiento para el servicio.

Por lo pronto, parece no haber problema en la fuente de financiamiento para obtener el capital necesario que requiere su establecimiento; más bien, el posible obstáculo para la expansión del servicio pudiera ser el suministro de los atractivos adicionales que la televisión por cable maneje y que pudieran o no atraer a los suscriptores para hacer más interesante la empresa privada.

2. El Sistema De Televisión Por Cable En México y Su Desarrollo En El Distrito Federal.

A cuatro años que se otorgó la primera concesión de televisión abierta aparece en Nogales Sonora, ciudad fronteriza cercana a Tucson la primera estación por cable el 1° de abril de 1954.

La televisión por cable en México, nació bajo la influencia muy clara de su vecindad con Estados Unidos influencia, que reitera la experimentada por la televisión abierta en toda su evolución.

México, además de ser consumidor tradicional de los adelantos técnicos de los norteamericanos, en el campo específico de las comunicaciones y dentro de ciertos grupos sociales, ha sido también un receptor fértil de los mensajes culturales de ese país y por lo tanto de su ideología y modo de vida.⁹

El surgimiento de esta televisión, respondió a las necesidades de información de norteamericanos residentes en el país. La instalación de los primeros sistemas dentro de la República Mexicana tenía como objetivo el hacer llegar a determinados sectores sociales y áreas residenciales habitadas por norteamericanos, las señales de canales de televisión generadas en Estados Unidos y que representaban cierto grado de dificultad para ser captadas en estos lugares.

De esta manera, la transmisión de canales norteamericanos permitía establecer a los residentes de ese país en México un puente de unión para contar con la programación e información de su país en su idioma.¹⁰ De entonces a la fecha, de acuerdo al directorio de 1994 de la Cámara Nacional de la Industria de la TV. por Cable, Cámara Nacional de la

⁹ Crovi Drueta Delia La Televisión por cable un caso mexicano. Pp.3

¹⁰ Idem. Pp. 3

Industria de la Televisión por Cable (CANITEC), existen en todo el país un total de 130 sistemas de cable en operación y 23 por operar.

Cablevisión nace el 4 de octubre de 1966 como enlace entre las clínicas del Seguro Social y las dependencias del sector salud para transmitir, en circuito cerrado operaciones quirúrgicas, programas educativos de actualización y capacitación, surgió como una empresa formada por Televisa

En 1969 se le dio el permiso de operación y en 1974 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes le otorgó la concesión.

Como ya se dijo, para recibir la señal se requiere del cableado, en la Ciudad de México, el cable no es subterráneo sino aéreo, ha sido tendido valiéndose de los postes existentes en los cuales se haya instalado el alumbrado público.

Así las colonias que están cableadas son:

En principio del sistema: Polanco, Lomas y San Angel.

En 1971 se extiende a las Lomas de Chapultepec, Lomas Hipódromo y Lomas de Santa Fe.

1973, se incluye Nápoles, Cuauhtémoc y Anzures.

1974, se cablea Pedregal, Bosque de Echeagaray y Satélite.

1975, se instala en Valle Sur, Las Águilas y La Florida.

1976, abarca Narvarte, Coyoacán, Nueva Sta. María, San Rafael, Victoria de las Democracias, Unidad Tlatilco, Pirules, Hacienda El Rosario, Prados del Rosario, Santa Mónica, Unidad Pemex, Los Pastores, Las Américas, El Dorado, Lindavista, Montevideo,

San Bartolo Tepehuacan, Churubusco, Tepeyac, San Pedro Zacatenco, La Escalera, Acueducto de Guadalupe, Prado Coapa, Vergel del Sur, Nueva Oriental, Coapa, Ex-Hacienda Coapa, Residencial Acoxa, etc.

Para contratar el sistema de Cablevisión básico plus consta de

Instalación del decodificador \$ 989.00

Convertidor inalámbrico \$ 280 00

Control remoto \$ 140.00

Reconexión \$ 100.00

Extensión y/o cambio de ubicación \$198.00

Con renta mensual de \$ 135.00 y 40 canales.

2.1. Disposiciones Legales Para El Sistema De Televisión Restringida

Para la explotación de la señal de televisión restringida, se debe obtener una concesión pues el medio por el cual se propagan las ondas a transmitir es propiedad del estado. Para iniciar está exposición parte del formato de presentación de la solicitud de concesión para prestar el servicio de distribución de señales de televisión restringida (SSTVR) en el cual se enumera la documentación que debe contener la solicitud; esta se divide en cinco partes:

- 1.- Solicitud por escrito por parte del interesado o representante legal, aprobación de su capacidad jurídica, empresarial, técnica, financiera, nacionalidad mexicana (si son sociedades de escritura constitutiva) y la aceptación de condiciones.
- 2.- Descripción del sistema y plano de ubicación .
- 3.- Información de mercado de la zona o región a servir.
- 4.- Información de las inversiones y costos de operación.

5.- Documento de garantía de trámites y comprobación de pago por concepto de estudio de solicitud .

A continuación, un desglose de información referente a la aceptación de condiciones en donde se establece:

El solicitante debe aceptar las siguientes condiciones, mismas que se transcribirán en el escrito que se anexa a la solicitud.

- a) La sociedad está obligada a proporcionar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista inicial de todos sus accionistas de acuerdo con el registro de un libro (sólo aplicable a sociedades).
- b) La concesión se otorga solo si es el caso, de conformidad a lo establecido en los artículos 3º, 8º, 14, 15, 17, 40, 41, 48, 51, 52 y demás relativos a la Ley de Vías Generales de Comunicación.
- c) En el caso de otorgarse la concesión, ésta se regirá por las condiciones aquí aceptadas por la Ley de Vías Generales de Comunicación y sus Reglamentos. Ley General de Bienes Nacionales, por las demás leyes o códigos aplicables, por los convenios internacionales y que en el futuro suscriba en esta materia el Gobierno Mexicano y por los Reglamentos, instructivos, circulares y demás prevenciones técnicas y administrativas que dicte la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- d) Si se otorga la concesión, está no crea derechos a favor de la concesionaria, ni de terceros.

La Secretaría se reserva el derecho de otorgar otra u otras concesiones a favor de terceras personas, para que exploten dentro de la misma área geográfica, actividades idénticas o similares a las que en su caso, son materia de su solicitud, incluyendo

estaciones de radiodifusión o de música continua en las bandas de UHF, VHF y MMDS comprometiéndose el solicitante a no oponerse a dichos actos.

Cuando genera su propia programación en la selección de programas a distribuir, el servicio de televisión restringida tiene la obligación de cumplir con la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las normas de convivencia humana, así como contar con un mínimo del 20% del total de su transmisión por el canal, con programación generada por el propio sistema. Al efecto, procurará contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, mejorar las características nacionales, las buenas costumbres del país, sus tradiciones valiosas, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana. Los mandatos que se otorguen para los efectos del artículo 2596 del Código Civil para el Distrito Federal para el orden común y para toda la República en el orden Federal, con carácter de irrevocables, deberán ser sometidos previamente a la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes acompañando al instrumento correspondientes, los documentos que acreditan fehacientemente la existencia y la naturaleza de la obligación bilateral, o en su caso, los elementos que acrediten el medio para cumplir con la obligación adquirida.

f) Las características técnicas del sistema serán fijadas en su oportunidad por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La concesión, como indican las condiciones expuestas, se otorga con base a la Ley de Vías Generales de Comunicación donde se indican las bases para otorgarse.

La interrogante que se puede plantear es por qué la concesión del sistema de televisión restringida está normada bajo la Ley de Vías Generales y no por la Ley Federal de Radio y Televisión, que rigen en específico estos medios de comunicación.

De acuerdo a lo explicado por el Dr. Jorge Manzanilla, jefe del Departamento de Televisión Concesionada de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (S.C.T.) " es porque la Ley de Radio y Televisión es para los sistemas públicos y establecen que la participación del Estado es con tiempo y no con participación económica ".

La solicitud de concesión para la televisión abierta, es con base en el estudio de susceptibilidad de uso de frecuencia y de su explotación comercial en una zona determinada " se establece una publicación en el Diario Oficial de la Federación, donde se invita al público en general a participar en el proceso de selección de un candidato, para lo cual se establecen una serie de elementos legales como una carta pragmática. Ya que se hace la selección, se publica en el Diario Oficial quien fue seleccionado " ¹¹

Los sistemas de televisión especiales, como son la Televisión por cable y la Televisión restringida se deben regir bajo otro concepto pues para que cualquier persona tenga acceso a ello es por una suscripción. En el caso de ambos sistemas la solicitud de concesión es a petición de parte, el proceso consiste en que el solicitante presente un escrito (a la SCT) comunicando que quiere participar como concesionario".¹²

"Existe un reglamento de televisión por cable, el cual rige específicamente la actividad del cable y en ausencia de un reglamento similar para la televisión restringida se utilizaban algunos aspectos de esta o de la Ley de Vías Generales de Comunicación, en la actualidad ya tenemos un reglamento del servicio de telecomunicaciones que nos permite dar un marco legal más real a la actividad en ese sentido".¹³

Dicho reglamento de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial el 29 de octubre de 1991, establece las facultades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y lo referente a las concesiones en sus primeros 29 artículos.

Como la prestación del servicio de televisión restringida es a través de una suscripción, las condiciones para que está se lleve a cabo están inscritas en el Reglamento de Telecomunicaciones: los 4 artículos que comprende son del 84 al 86 y del 128 al 136, en ellos se indica el contrato de prestación de servicio entre concesionario y usuario, debe especificar las condiciones bajo las cuales se celebra, así como las tarifas que estarán

¹¹ Diario Oficial de la Federación, 14 de diciembre 1984.

¹² Idem. Pp 12

¹³ Idem. Pp. 12

autorizadas por la SCT. Las condiciones técnicas para la operación del Sistema de Televisión Restringida están establecidas en el acuerdo por el que se establecen las condiciones para la instalación, operación y explotación de redes públicas de radiocomunicación, para prestar servicio de televisión restringida publicado el 18 de febrero de 1991 en el Diario Oficial.

A través de cuatro artículos especifica que " las solicitudes para obtener concesión para instalar y explotar redes públicas de radiocomunicación establece que para prestar el servicio de televisión restringida, deberán presentarse conforme al instructivo que para tal efecto proporcionará la Dirección General de Normas de Sistemas de Difusión de esta secretaría (S.C.T.), de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 14 de la Ley de Vías Generales de Comunicación y 15 del Reglamento de Telecomunicaciones.

Las condiciones técnicas básicas para prestar el servicio son:

Banda de frecuencia: 2.5 a 2.7 GHz.

Ancho de banda por canal & MHz.

Tipo de emisión: 5M7C3FMF video; 250KF3EJN AUDIO.

Tolerancia de frecuencia de salida; portadora de video + 1khz portadora de audio + 1khz, relativa a la portadora de video. La frecuencia central del equipo transmisor de ancho deberá mantenerse 4.5 Mhz sobre la frecuencia portadora de video .

Supresión de armónicas: 60 db mínima.

Diferencia de fase 2°

Características del sistema: el sistema se puede distribuir a una o más señales de audio video, a receptores ubicados en los domicilios particulares de los suscriptores.

Horario de operación : Diseñado para una operación continua de 24 horas

Tipo de servicio : público de televisión restringida

El procedimiento para la obtención de concesiones respecto a este tipo de servicio se regula conforme a lo dispuesto en los artículos : 1º, 3º, 8º, 14 y 15 de la Ley de Vías Generales de Comunicación.

En cuanto a los contenidos de la programación una parte está señalada en el punto "F" del formato de solicitud, ello nos remite al reglamento de la televisión por cable.

En el artículo 84 de este reglamento señala: los concesionarios podran introducir publicidad o propaganda de tipo comercial a través de sus sistemas de television por cable únicamente y no deberán interferir o intercalarse dentro de la programación procedente de estaciones radiodifusoras nacionales de televisión.

Se entenderá por canales generados localmente, los que genere el concesionario, y que además contengan producción propia del concesionario en vivo o grabada, ocupando un tiempo mínimo del 20 % de la transmisión diaria.

Además debe cumplirse con el artículo 86 "Tratándose de programación generada en el extranjero, deberá distribuirse sin propaganda alguna. Debiendo suprimir los mensajes comerciales de origen y, sin introducir propaganda o publicidad propia".

Según lo explica Maria del Carmen Guadarrama jefa del Departamento de estudios de proyectos de la dirección de televisión de la Dirección General de Radio, Television y Cinematografía. R.T.C. vigila la transmisión de producción local hecha por los concesionarios de televisión restringida (igual que hace con la televisión abierta y por cable). Así, el concesionario debe entregar programas doblados, películas nacionales e

internacionales con 15 días de anticipación a R.T.C., quien supervisa, realiza cortes y establece la clasificación de dichos materiales.

Si lo establecido por R.T.C. no es cumplido por el concesionario puede llegar a ser objeto de multa (al llegar a un número considerado éstos se convierten en multa) Además, cuando se ordene, debe encadenarse, como por ejemplo en el mensaje de año nuevo del Presidente de la República o su informe de gobierno (establecido en el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión en el cual se puntualiza, " Todas las estaciones de radio y televisión en el país están obligadas a encadenarse cuando se trate de información de trascendencia para la nación a juicio de la Secretaria de Gobernación ¹⁴ ")

Con excepción de las condiciones del formato para la solicitud de televisión restringida y las especificaciones técnicas de transmisión de este sistema, no existe un ordenamiento legal propio para este servicio.

Las disposiciones legales bajo las que se rige están dispersas, pues si bien se puede "considerar" según se ajuste a la Ley de Vías Generales de Comunicación "las líneas conductoras eléctricas y el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, cuando se utilizan para verificar comunicaciones de signos, señales, escritos, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza" y aún cuando se le han hecho modificaciones, fue decretado en el gobierno del general Cárdenas.

En el caso del reglamento de telecomunicaciones, que incluye lo dispuesto en el convenio internacional de Telecomunicaciones de la U.I.T, y sus reglamentos, incluye desde telefonía hasta los sistemas de comunicación satelital.

Quizá pudiera apegarse al reglamento de Televisión por Cable, pues como se conoce en la Ciudad de México existe una programación realizada con base en la contratación de la señal de cadenas norteamericanas y además producción local, pero son dos sistemas diferentes en cuanto a características técnicas de transmisión.

¹⁴ Diario oficial de la federación, 18 de agosto 1980.

A lo anterior yo agregaría que la televisión restringida no puede regirse por completo bajo la Ley Federal de Radio y Televisión :

Cuando se creó esta Ley existía la televisión abierta junto con la radio "abierta" y es sobre lo que se legisla, quedando de lado el sistema de televisión por cable que ya existía en esos momentos, aunque si bien no en el Distrito Federal, así como los sistemas que fueron apareciendo, la señal a través de antenas parabólicas y televisión de señal restringida.

Como ya se explicó, no procede el título tercero sobre concesiones de esta ley para la televisión restringida.

Tampoco el artículo 75, el cual indica " En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional, la Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión en español, íntegra o resumida, a juicio de la propia Secretaría" pues como se vio en el caso de Multivisión e incluso en el de Cable se reciben las señales generadas en el extranjero y en el idioma de origen, en este caso inglés procedente de E.U.A. sin que se hagan doblajes o sean subtituladas en la totalidad de programas.

Deben considerarse los artículos como los referentes a los locutores debidamente certificados por la Secretaría de Educación Pública así como la debida autorización de la Secretaría de Salud para la autorización de propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o de curación de enfermedades.

Hay que tomar en cuenta que las especificaciones técnicas son publicadas un año cinco meses después de que se iniciaron las transmisiones en el Distrito Federal, la historia en lo referente a la legislación en radio y televisión aparece once años después de haberse otorgado la primera concesión de televisión; el reglamento de televisión por cable aparece en 1979 aún cuando en 1954 ya se había instalado este servicio.¹⁵

¹⁵ Directorio Canitec 1993.

- Perspectivas y Oportunidades.

La televisión por cable, dadas las circunstancias mencionadas anteriormente, así como la estrategia que se puede seguir por su implantación gradual, a manera de que la inversión se justifique y amortice con los primeros servicios, representa para nuestro país la oportunidad y la posibilidad de establecer a corto plazo y con tecnología propia, una infraestructura de telecomunicación con un gran número de aplicaciones que pueden mejorar substancialmente la configuración de nuestro desarrollo económico, social y cultural. México no puede esperar hasta el año 2001 para dar este nuevo paso

- Televisión De Paga, Apertura y Contienda

Pese a un tamaño que en su conjunto aún no suma los dos millones de telehogares, la efervescencia que rodea al negocio de la televisión de paga en México, deja entrever la esperanza de fincar en este medio un desarrollo económico con altos niveles de ganancia, tanto empresarios locales como estadounidenses, están entusiasmados por la prosperidad futura que les permita ampliar la base de teleconsumidores mexicanos y por lo mismo la rentabilidad de este tipo de televisión.

Se disputan el terreno Cablevisión, la cable-emisora de Televisa que hoy surte de programación propia e importada a unos 250.000 telehogares del valle de México y; MVS Multivisión, la productora y comercializadora de Televisión por señal de la familia Vargas, que surte de programación propia e impartida a unos 300.000 suscriptores propios en el Valle de México, Veracruz, Puebla, Villahermosa, Guadalajara y Monterrey; la mayor parte de la red PCTV en provincia, el otro participante es la propia PCTV, grupo de cableros de provincia que encabeza Alejandro Alvarez, con su programación autónoma, importada y de Multivisión, que llega a 1.200.000 telehogares en el interior de la república.

Cada empresa ya ofrece un mínimo de 20 canales a sus suscriptores y se ha desatado entre las tres una reñida competencia por la exclusividad de programación estadounidense, ávida de entrar a la región latinoamericana por la mexicana

Los más recientes esfuerzos competitivos han dado como resultado el ingreso de The Discovery Channel en español a Cablevisión; cabe mencionar que tanto Discovery como CNN y Fox iniciaron en Multivisión sus transmisiones así como el ingreso de USA Network en español a esta misma; el ingreso de ESPN en español a Cablevisión, cuando Multivisión ofrece como una de sus cartas fuertes la cadena ESPN en inglés.

Gracias a la reciente asociación de PCTV con telemundo/Reuters, hoy cada una de las tres empresas mexicanas compite con uno o más noticieros internacionales. PCTV con TeleNoticias; Multivisión con CNN en inglés, aunque pronto lanzará una versión en español en sociedad con Turner Network Televisión, (cuyo canal TNT de películas dobladas al español también transmite), y NBC Noticias en español, Cablevisión con Eco hispano parlante.

Interesantes esfuerzos competitivos han sido la contratación del cómico Héctor Suarez por Multivisión para recrear su programa La Cosa y trasmitirlo por su canal AS a sus suscriptores y a los de Productora y Comercializadora de Televisión (PCTV), y la transmisión de Cablevisión por su reposicionado cablecanal 28, que llegará a los cablevidentes del Valle de México, también a 20 estaciones de TV abierta de provincia, de nueva programación propia.¹⁶

En 1992 se vio ingresar más anunciantes que nunca a los rangos selectivos (y menos costosos) de las alternativas de la televisión "cerrada" (de paga), mexicana, cuya mayor limitación es la falta de ratings, debido a un corto número de suscriptores.

¹⁶ ADCEBRA año III núm 4 abril 1994 Pp.34

Resultado lógico de una férrea competencia Cablevisión inició el año con una estrategia de fortalecimiento de sus opciones cablevisivas para luchar contra " la *otra televisión*" (slogan de su contrincante Multivisión).

Actualmente ambas alternativas dicen arañar conjuntamente los 400,000 telehogares, algunos de los cuales son los mismos, siendo de lejos el D.F. el filón más jugoso de toda la república.

Cablevisión hoy manifiesta 180,000 telehogares (de esos 60,000 son canales "premium") y "Multi" 200,000, éstos últimos circunscritos por ahora en el Valle de México. Aunque acaba de anunciar que en breve enviará su señal via satélite a todo México, utilizando un transponder del sistema de satélite Morelos, 18 en vez de tres canales de TV codificada.

El suscriptor local (D.F.) de Multivisión paga \$ 290.00 inscripción, renta mensual del equipo \$ 25.00 y con una contratación mínima de \$ 64.00 mensuales de canales.

Las dos compañías ofrecen canales de pago por evento, especializados en la proyección de películas de estreno o clásicas, ciertos números musicales o encuentros deportivos.

Otros avances como la comprensión digital, en apariencia dotan a Multivisión de una agresividad creciente desde su fundación hace tres años y medio.

Así, al tiempo que los canales "abiertos" de Televisa se incrementaron en este año los promocionales en favor de Cablevisión (invitaron a seis suscriptores a pagar por ver la función boxística del 20 de febrero último 1994), se intentó inyectar de una imagen actual a Cablevisión con base en una campaña de medios impresos, donde se daba a conocer su nuevo logotipo cuyo encabezado advierte: " *Esta imagen no está en el aire, está en Cablevisión* ", aduciendo a su técnica de transmitir la señal (es decir, por cable fortaleza o debilidad del sistema dependiendo de quién lo analice y se diferencia de la señal aérea de

Multi). Cablevisión, además, planea con TV5 en su canal 21 de prueba, ofrecer una alternativa al auditorio francófono. (que habla francés)

Multivisión por su parte publicó desplegados de prensa resumiendo "premisas" logradas desde su fundación. La exclusiva de la cadena noticiosa CNN, el primer sistema de canales pago por evento (tres de ellos vs. dos de PPE de Cablevisión), transmisión con sonido estereofónico; la exclusiva de la cadena deportiva del mundo, ESPN, con competencia de Cabledeporte; la señal exclusiva de películas dobladas de TNT, primer sistema con un canal 100% infantil, ZAZ, compitiendo con Fun TV de Cable/Premium, el primero en lanzar un canal de servicios al suscriptor (Cablevisión otorga, en sus cortes, un listado continuo de programación para referencia).

También Multivisión promociona como suyo el primer sistema de TV de paga con un 70% de programación en español, y Netpack es 100% inglés, el primer sistema de pago por evento a través del control remoto IPPV; el primero en cantidad de películas transmitidas (420 filmes con 1200 funciones al mes), el primer sistema de transmitir comprensión digital vía satélite del mundo; el primer canal de cine en México que transmitirá para América Latina, incluyendo Fox Latin American Channel, y el lanzamiento en exclusiva del canal de noticias NBC en castellano "con enfoque latino" (para enfrentar ECO)

Multivisión, además, junto con la productora y distribuidora estadounidense de TV Spelling Entertainment, creará la cadena por satélite y cable Tele Uno, que emite a partir del primero de marzo del 93, desde México en español y portugués a toda América Latina. Con todo esto, Multivisión dice alcanzar de 10,000 a 12,000 clientes nuevos cada mes.¹⁷

¹⁷ ADCEBRA año II, núm. 3 marzo 1993 Pp. 32.

2.2. Futuro Y Competencia

“Creemos estar en la televisión del futuro. Hoy más de 6,000,000 televidentes tienen Multivisión en casa, lo que equivale al 52% de todos los televidentes de niveles socioeconómicos “A/B” y “C” del país, según un estudio reciente de A.C. Nielsen”¹⁸ (monitoreos televisivos)

Refiriéndose a las nuevas perspectivas de la televisión en México, Sr. Joaquin Vargas dueño de Multivisión afirma: “Creo que los nuevos propietarios de TV Azteca están encaminando bien su negocio y que ayudarán a crear un mercado televisivo maduro que redundará en bien de todos. Espero sinceramente que les vaya bien, porque ello ayudará a balancear el mercado, beneficiando artistas, productores, distribuidores, publicistas, productores y ante todo, repercutirá a favor del teleauditorio”

Citando resultados óptimos de anunciantes como American Express al pasar de la televisión abierta a la de paga, Adrián Vargas hijo enfatiza que “ El publicista en México tiene que aprender a dirigir sus mensajes ”

Hay rubros como el automovilístico que no tiene nada que hacer en la televisión abierta.

“Antes el anunciante tenía que adaptarse al medio; en la actualidad los medios pueden adecuarse a las necesidades del anunciante”.

“El siguiente paso será adecuar el mensaje al medio, quizás haciendo infomerciales hasta de tres minutos pero, ante todo, logrando una máxima eficiencia en este mundo de nuevos medios”.¹⁹

¹⁸ Entrevista: Lic. Rebeca Arias Mendoza, agosto 22 1993.

¹⁹ ADCEBRA año II núm.12 dic. 1993. Pp.12

- Pioneros Midiendo Televisión De Paga

Si tomamos en cuenta que la televisión abierta en México tardó 40 años antes de iniciar un servicio de *ratings*, enfatiza Joaquín Vargas, " Sentimos que es muy significativo el que en Multivisión estemos iniciando este servicio a los cuatro años de que lanzamos esta modalidad de televisión de paga en el país"

"Es una respuesta a la confianza que han mostrado nuestros clientes al anunciarse con nosotros. De esta forma respondemos con hechos, poniendo a su alcance la información que necesitan para evaluar sus inversiones publicitarias, obteniendo parámetros para medir el gusto de nuestros suscriptores y poder mejorar nuestra programación día a día"

Si se toma en cuenta que además de sus propios suscriptores en el Valle de México, Veracruz, Puebla, Villahermosa, Guadalajara y Monterrey, Multivisión surte de programación a gran parte de los cableros de la red PCTV en provincia, la medición que emprenderá Multivisión servirá también para tomar el pulso de un porcentaje representativo del total de cablevidentes y televidentes de paga a nivel país.²⁰

- El futuro de la Televisión por Cable Las Nuevas Tecnologías

En nuestro país la televisión por cable, se ha limitado a la transmisión de programas y películas que sirven de complemento a la televisión aérea con la diferencia de una señal filtrada de mejor definición, la cual es dirigida a poblaciones donde no se captan señales por aire con buenos resultados. De ahí que su uso no ha explotado los alcances más amplios que permite su tecnología; ya que este sistema de televisión posee la característica de operar en doble vía, pero su uso en casi todo el mundo se ha limitado a un ducto de salida.

²⁰ ADCEBRA año III num. 3 Sep. 94 Pp.25

En el aspecto técnico la televisión por cable tiene la posibilidad de operar con una recepción colectiva y utilizar la distribución de 28 a 35 canales. Este sistema empleado comercialmente en E.U., Canadá y otros países, ha dado lugar a la "pay television" o *Tv a payage* que con mayores emisiones, propicia una mayor extensión de la televisión por cable

Sin embargo México, se encuentra lejos de la plena utilización de sus posibilidades, ya que su desarrollo se ha visto limitado por los altos costos de instalación y por la decisión de los concesionarios de no ampliarlo. Así pues quedó reducido a zonas de difícil recepción y a sectores urbanos de alto y medio nivel económico. La instalación de un sistema de televisión por cable requiere de fuertes inversiones iniciales, aunque después de 3 o 4 años de operación las ganancias se elevan y las inversiones son poco cuantiosas

Es por ello que las cable distribuidoras realizan inversiones, que dirigen solo a grupos sociales que pueden pagar el servicio y hacer recuperables los costos de instalación, como ejemplo claro de esto tenemos a Cablevisión, pero en otros países el cable se encuentra más extendido y esto llevó a su mayor desarrollo y una búsqueda de otros usos, casi siempre ligado a su explotación comercial, como el "pay tv", que utiliza un canal de doble vía para que el suscriptor pueda conectarse a una computadora y seleccionar diversos juegos eléctricos, que se renuevan con periodicidad.

El desarrollo de la televisión por cable a nivel mundial; ha mostrado tres tendencias fundamentales: la extensión del servicio con comunicaciones vía satélite, la televisión comunitaria y la televisión de doble vía. (xvii)

2.3. Legislación de la Televisión por Cable

Los inicios de la televisión por cable se llevan a cabo sin que existiera una legislación aplicable sobre ella, y es 1979 que es sujeta a un reglamento específico.

Por su naturaleza y actividad esta televisión se considera diferente a la radiodifusión y a la televisión aérea y debería tener una regulación especial, pero también se encuentra sujeta a un marco legal que ya regulaba los medios de difusión y a la legislación internacional de la radio, telecomunicaciones y los satélites

Consecuentemente la televisión por cable, se ubica en lo dispuesto por la constitución política de nuestro país en sus artículos 6 y 7 en lo referente a la libertad de prensa y expresión y otros más como el 27 y 42 respecto al espacio empleado para su instalación y transmisión el cual corresponde a la nación, misma que puede concesionarlo u otorgar permisos para su explotación.

La televisión por cable se desarrolló sin una reglamentación específica, especialmente en cuanto a programación y contenido, se consideraba sujeta a las disposiciones ya antes mencionadas en lo referente a concesiones y permisos y a la Ley Federal de Radio y Televisión, su operación se contraponía a lo dispuesto en dicha ley a saber; la ley señala que en las transmisiones el idioma utilizado debe ser el español, y dos canales de televisión por cable transmiten totalmente en inglés. En cuanto al tipo de valores y a la integración de los programas, la televisión por cable se ajusta a dicha reglamentación.

De esta forma la televisión por cable operó bajo un marco normativo tan amplio que por una parte podía considerarse como similar a la televisión aérea y por lo tanto, regida por la Ley Federal de Radio y Televisión; o simplemente al margen de dicha ley, ya que por su técnica y sus características precisaba de otro tipo de reglamentación. Finalmente lo que prevaleció fue que sin contar con regulación específica alguna, funcionó al margen de los controles²¹.

²¹ García Calderón Carola, Para Conectarse a Cablevisión Pp.83

- Reglamento De Servicio De Televisión Por Cable

Es en 1971 que la televisión por cable a través del diario oficial recibe el tratamiento que requería, mediante el reglamento del servicio para la televisión sin embargo, su alcance resultaba limitado y representaba algunas contradicciones.

El reglamento se sustentaba en lo señalado por la Ley de Vías Generales de Comunicación en cuanto a lo establecido en el reglamento de Radio comunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el cual señala que la televisión por cable " es un servicio especial destinado a satisfacer las necesidades determinadas de interés general, a diferencia del servicio de radiodifusión, cuyas emisiones están destinadas a la recepción directa del público en general".

- El reglamento de la televisión por cable se refería básicamente a los siguientes aspectos:

1. Determina el servicio de esta televisión y sus modalidades.
2. Establecía disposiciones técnicas y administrativas para la construcción, instalación y operación del servicio.
3. Ubicó este servicio bajo la jurisdicción de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes.
4. Determinó tarifas, pago de impuestos y la forma de operación de la publicidad.
5. Dispuso todo lo referente a la programación, apegándose a lo señalado en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Posteriormente la televisión por cable se definió, en el artículo 2º. del reglamento, como un servicio " Que se proporciona por suscripción mediante el sistema de distribución de señales de vídeo y audio a través de líneas físicas". De esta forma el servicio quedó restringido a la suscripción, aunque por las características de esta televisión, su explotación puede hacerse de manera más amplia y diferente.

Derivadas de esto mismo, y por las especificaciones del artículo 4º del reglamento (el cual puntualiza la concesión que el Estado hace del servicio), se dieron las bases para la operación comercial del servicio.

En cuanto a los servicios que ofrece esta televisión al igual que la televisión aérea y la radiodifusión, se consideran como propiedad de la nación misma que los concede a particulares y otorga permiso para su operación, todo ello a través de la S.C.T. la cual se basa en los términos que marca el reglamento, y que son los mismos señalados en la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Por otra parte esta Secretaría lleva a cabo lo siguiente:

- a) Fija, aprueba y modifica las tarifas aplicables a suscriptores del servicio, las ventas del tiempo para la inserción de los anuncios comerciales y las reglas de aplicación.
- b) Vigila, inspecciona y verifica el cumplimiento de las disposiciones, la Ley de Vías Generales de Comunicación, del reglamento y del título de concesión.
- c) Vigila la situación financiera de las empresas concesionarias; y
- d) Fija y modifica las normas técnicas para la operación, instalación y mantenimiento.

Asimismo autoriza los canales extranjeros que podrían distribuirse en la televisión por cable, sin mencionar lo relativo a los contenidos de esta programación.

Por lo que se refiere a las concesiones, éstas se otorgarán a nacionales y sociedades mexicanas con acciones nominativas.

Si bien la ley de bienes nacionales prevé el acaparamiento de sociedades o acciones con pocos concesionarios mediante la intervención de la S.C.T., ésta última, no obstante las revisiones y aprobaciones respectivas, no ha podido evitar que la televisión por cable, presente una tendencia al monopolio; siendo prueba de ello que en el D.F. opera Cablevisión y a nivel nacional la mayoría de las estaciones se relacionan con ella.

El otorgamiento de concesiones de este servicio será por 15 años y estará sujeto a prorrogarse o revertirse a la nación, también será objeto de inspecciones cada 5 años en los aspectos, técnicos, administrativos y financieros como se estipula en el artículo 45

Por lo que se refiere al pago de impuestos, el reglamento especifica claramente que el equivalente al 15 % sobre ingresos tarifarios obtenidos mensualmente por establecer y explotar el sistema de televisión por cable serán conferidos al gobierno federal

El pago de este impuesto se hará ante la Tesorería de la Federación o en la oficina federal de Hacienda, y la copia se entregará a la Secretaría de Comunicaciones.

No obstante lo anterior, es conveniente mencionar que el reglamento brinda márgenes de beneficio importantes a los concesionarios, ya que una vez instalado el sistema la inversión para el concesionario es mínima. Además de que no existe obligación alguna de ceder tiempo al Estado.

Si bien el artículo 65 establece que los concesionarios deberán instalar y reservar 3 canales dentro de los 74 sistemas de televisión por cable para uso único del Gobierno Federal esto es que deberían existir 222 canales disponibles para el Estado en toda la República, mismos que ya han sido utilizados, pues la ley no establece si esta reserva es en señal o producción, y la inclusión de los canales estatales de televisión aérea no puede considerarse como uso de tal espacio.

El gobierno ha expresado, con el surgimiento de Imevisión, su interés de utilizar el sistema de televisión. A través del canal 22, el cual estará abierto a la participación de los diferentes sectores sociales, a las escuelas de comunicación y a los productores experimentales.

Por su parte, los concesionarios se comprometen a distribuir de manera íntegra la señal cuando se requiera encadenar los canales nacionales de televisión (señalado por el

Gobierno Federal); esta disposición se lleva a cabo en la transmisión de canales nacionales pero no sucede así con los que provienen de E.U., ni en los generados exclusivamente para el sistema de televisión cable. Para estos casos, el mismo reglamento establece que la programación motivo del encadenamiento puede pasarse en forma diferida ²²

Sin embargo, es en la programación donde la legislación no es precisa y es aquí donde la Secretaría de gobernación está a cargo de vigilar los contenidos conforme a la ley.

Para este aspecto se ejercen analógicamente el capítulo 3º, de la Ley Federal de Radio y Televisión y su título sexto, "en lo que sea aplicable", así como el Reglamento de la Ley Federal de la Radio y la Televisión y de la industria Cinematográfica. Sin embargo, la programación extranjera no se ve sujeta a la aplicación de tales textos legales.

El reglamento establece, en su artículo 82, dos tipos de programación: la generada localmente por el sistema de cable y la distribuida procedente de estaciones de televisión

Además, reconoce la existencia de programación generada en el extranjero (artículo 86).

Para el año de 1979 las ventajas de los concesionarios eran mayores que hoy en día, pues el reglamento de televisión permitía la transmisión de publicidad comercial.

La S.C.T. era la encargada de tales autorizaciones y establecer tarifas por ese concepto.²³ Así autorizaba incluir publicidad en la programación generada localmente para el sistema; esta publicidad no debía insertarse en la programación procedente de otras estaciones televisoras (canales nacionales de televisión aérea y canales extranjeros).

Para el caso de la programación extranjera, la misma S.C.T. autorizaba la sustitución de publicidad.²⁴ La programación proveniente de canales extranjeros no encontraba ninguna regulación, excepto esta mención referente a la sustitución de publicidad. Pero sobre el

²² Artículo 71 y 72 del reglamento de la televisión por cable.

²³ Idem artículo 83, 84 y 85.

²⁴ Idem. Artículo 86.

contenido o el control de emisiones no se especificaba nada, y lo dicho por la ley de Radio y Televisión no resultaba aplicable.

Como la adquisición del servicio de televisión por cable se hace por suscripción, el reglamento limitaba a 5 minutos la transmisión de anuncios, "en relación con el horario contratado" (artículo 88); esto podía entenderse como 5 minutos en una hora, pero daba margen a incluir más o menos; pero por otra parte el artículo 89, establece que en la programación generada por el concesionario, "por cada hora de transmisión las interrupciones para comerciales no podría ser de más de 6 y cada interrupción no excedería de un minuto y medio de duración". Lo cual representaría 9 minutos en total en una hora, que se contradice con los 5 minutos arriba señalados.

Ahora bien , en lo referente a las sanciones y vigilancia, éstas se concretaban únicamente a las instalaciones técnicas, la suspensión del servicio, las autorizaciones para operar, el concepto de publicidad y las quejas del público sobre las tarifas; pero no se mencionaba nada acerca de violaciones a la programación y su contenido

"Dicho reglamento resultaba limitado y daba lugar a confusiones y lagunas, esto permitió el libre desarrollo de la televisión por cable privada-comercial y monopólica pero, sobre todo, no midió los alcances y posibilidades a futuro de esta nueva aplicación tecnológica. Se aprobó y fue el único recurso legal vigente, aunque poco aplicable, que rige el servicio de la televisión por cable hasta la fecha, con algunas modificaciones hechas durante 1980 "y que se analizan a continuación."²⁵

La opción que representa la televisión por cable en el D.F. y en el norte del país, es en cuanto a las emisiones procedentes de canales estadounidenses y en la proyección de eventos y películas exclusivas. Estas transmisiones, según la ley, se autorizan a pasar con todo y anuncios, pero esto último podía ser sustituido por publicidad nacional y en cuanto a los canales de televisión aérea y los generados localmente, se transmitían junto con la

²⁵ García Calderón Carola. Para Conectarse a Calbevisión Pp.114

publicidad original. Al operar de esta forma, los concesionarios recibían ingresos por tres conceptos: instalación del cable, suscripción o renta del servicio e ingresos por concepto de publicidad. Sin embargo, todo ello sería suspendido al reformarse el reglamento del servicio de televisión por cable, lo cual tuvo como antecedente hechos que involucran la relación Estado - Televisa desde los años setenta.

La estructura de la Radio y la Televisión en México se vio beneficiada por la Legislación, ya que facilitó el desarrollo comercial y la tendencia al crecimiento de empresas privadas que monopolizaron la emisión de mensajes. Así, la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgó en 1960, que se emitieran sus reglamentos, y el tiempo fiscal (12.5 por ciento para transmisiones del Estado), establecido desde 1969, no fue operativo sino hasta 1973, porque el gobierno no contaba con la estructura y los recursos técnicos para producir los mensajes que cubrieran ese tiempo.

En los inicios del sexenio de Luis Echeverría se creó la Subsecretaría de Radiodifusión de la S.C.T., para manejar el tiempo fiscal, y el Estado empezó a producir los mensajes. El interés del Estado por la Televisión lo llevó a adquirir el canal 13; a la creación de Televisión Cultural de México (que después pasó a ser TRM), y al establecimiento, en 1972, de la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, lo cual colocó el uso del tiempo del Estado bajo la responsabilidad de la Secretaría de Gobernación

Junto con la política, la televisión del Estado se observan las propuestas de diputados y personas vinculadas a la comunicación, para revisar la televisión y su legislación, mismas que dieron origen a la formación de una Comisión Especial en la Cámara de Diputados, la cual debería revisar la Ley de la Industria de la Radio y la Televisión y el de publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos, emitidos por la Secretaría de Salubridad en 1974²⁶.

Ante la presencia del Estado en la Televisión, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México (canal 8) se fusionaron en 1972, dando origen al grupo Televisa. La cual vio su relación con el Estado seriamente deteriorada a causa del retiro de 37 series

²⁶ Diario Oficial, abril 4, 1973 y dic. 1974.

de televisión que ordenó la Secretaría de Gobernación y por los ataques a Televisa publicados por el periódico *Excélsior*, cuyos puntos de vista eran identificados con las posiciones oficiales en ese momento.²⁷

Posteriormente, de febrero a agosto de 1979, a raíz de la posición mexicana en foros de países no alineados y en la UNESCO, se derivaron diferentes pronunciamientos sobre la comunicación, que culminaron en la celebración de audiencias en la Cámara de Diputados para discutir el derecho a la información, en donde se manifestaron dos posiciones. La de los propietarios y concesionarios de los medios a favor de la estructura y legislación vigentes, y la de quienes criticaron el uso dado a los medios, principalmente los manejados por Televisa. Sin embargo, la televisión por cable, su uso y su reglamento no fueron materia específica de análisis.

La denuncia del poder de Televisa, que operaba sin restricciones, al transmitir publicidad de bebidas alcohólicas fuera de los horarios permitidos y su sistemática indiferencia ante las sanciones oficiales llevaron a que el gobierno decidiera reformar el Reglamento de la Televisión por Cable y eliminar la publicidad comercial, al considerar que lo pagado por los clientes del servicio era suficiente para las necesidades de las empresas.²⁸

Las reformas al reglamento se expidieron el 18 de agosto de 1980, dando lugar a la inconformidad de concesionarios ubicados al norte del país,²⁹ lo cual derivó a que la S.C.T declarara la suspensión temporal de la visión por cable en Mexicali.

Dicha inconformidad se manifestó en la solicitud de audiencia a la S.C.T de televisión por cable para que se explicará "por qué se pretende privar a la población de

²⁷ Proceso, sept. 12, 1977.

²⁸ Diario Oficial agosto 18 1980.

²⁹ Granados Ma. A. Uno más Uno, agosto 31 1980.

³⁰ Excélsior, agosto 27, 1980 Pp. 16-A.

Mexicali ³⁰de este servicio", el 22 de agosto funcionarios de la Secretaría cerraron las instalaciones.

La aclaración, de la S.C.T. fue ³¹que la televisión por cable vena operando sin contar con la autorización comercial, ya que aún no se aprobaba la tarifa de cobro a suscriptores

Posterior a la promulgación del reglamento y sus repercusiones, la empresa Televisa y la S.C.T. firmaron un convenio³² para la instalación de estaciones terrenas repetidoras de señales de satélites y de estaciones difusoras de televisión, lo cual restableció la armonía entre ambos sectores y estableció las bases para una posterior colaboración en ese campo lo cual llevó, a cabo en 1981, el acuerdo para la construcción y lanzamiento del satélite Morelos, inaugurado en 1985

La instalación de estaciones terrenas llevó a la empresa privada a firmar el acuerdo S.C.T. Televisa que permite que la televisión llegue a 54 millones de habitantes, de 1,266 municipios, lo que significa aproximadamente el 80 % de la población del país³³. Sin embargo los datos de 1985, manejados por la S.C.T. dan 70% de cobertura nacional

Las razones consideradas para llevar a cabo las reformas fueron

1. Que el servicio de televisión por cable está destinado a satisfacer determinadas necesidades de interés general, ofreciendo una mejor calidad en la señal y en el contenido de la programación, respecto de las emisiones de las estaciones radiodifusoras de televisión.
2. Que las cuotas cubiertas por los suscriptores, considerando los costos de operación, la utilidad para el concesionario y la participación del gobierno, lograban la autosuficiencia del sistema.

³¹ SCT. "Inserción pagada", Excélsior, agosto 28, 1980 Pp. 21-A.

³² Televisa inserción pagada Esto oct. 9, 1980 y Para gente Grande, canal 2, oct. 11 1980, con la ampliación de la red nacional de estaciones terrenas de televisión vía satélite, Televisa anunciaba que iba a ser recibido el canal 2 en 44 ciudades más.

³³Rocha Ricardo, en Para Gente Grande, canal 2 junio 1982.

3. Que el desarrollo del servicio, había logrado estabilidad económica, por lo que las otras fuentes de ingresos obtenidas mediante publicidad se hacían innecesarias. El decreto mencionaba que modificando este aspecto se mejoraría la calidad del servicio, adoptando así el modelo de la tv.- renta en Europa, la cual elimina o reduce la publicidad, tomando en consideración las cuotas que los suscriptores pagan por los servicios

Es así, que el artículo 6° del reglamento, eliminó el párrafo que facultaba a la S.C.T a fijar, aprobar y modificar tarifas sobre la venta del tiempo para la inserción de anuncios comerciales

Al modificarse el artículo 83, se prohibió "insertar anuncios comerciales,"³⁴ en la programación generada localmente" y se estableció, en el artículo 89, la prohibición de publicidad en la programación procedente de emisoras de televisión "nacionales, locales o remotas".

Así mismo los artículos 86 y 87 fueron modificados, en el primero se suprimía la publicidad de las emisiones procedentes del extranjero y en el segundo lo referente a autorizaciones de publicidad..

El decreto eliminó también los artículos 75, 88 y 90, los cuales fijaban el sistema de tarifas por publicidad, los permisos, el tiempo destinado a emisiones de publicidad, y el pago de impuestos por dicho concepto.

Las reformas, modificaron únicamente el aspecto publicitario, permitiendo con ello que la televisión por cable siguiera operando de la misma manera, por los menores costos de producción, al contar con estaciones repetidoras y señales vía satélite, no vio reducidas sus ganancias. El servicio continuó su desarrollo, al grado de que en 1980 Cablevisión planteaba extenderse a zonas proletarias, pero estos planes no llegaron a concretarse debido a la crisis

³⁴Diario Oficial, decreto que reforma el reglamento de la televisión por cable agosto 18 1980.

económica y a los altos costos de instalación en el tendido de la red y las posibilidades de recuperación.

A pesar de las modificaciones hechas al reglamento respecto a la publicidad las cuales se respetaron durante varios años, en la actualidad Cablevision inserta anuncios, sobre todo en películas de Televisine, y otras empresas de Televisa. Lo cual pese a que sea promoción de la misma empresa, contraviene las disposiciones acerca del servicio por el que se paga suscripción. Por lo que es de suponerse que si esto sucede en el Distrito Federal, y otros estados, con un control menor de los sistemas de televisión por cable y sin mecanismos estatales de supervisión, se esté transmitiendo publicidad³⁴.

El análisis de la reglamentación vigente y las dificultades para su aplicación dejan entrever lo obsoleto de la Legislación ante el desarrollo y el avance de la televisión por cable.

Sería preciso reglamentar nuevamente su uso en razón de sus avances considerando un enfoque integral de la televisión, el cable, los satélites y las nuevas tecnologías de comunicación, ya que de otra forma el asunto se concretaría en lo que ha sido hasta ahora la normatividad técnica o el marco dentro de cual crecen y regularizan su situación empresas comerciales, sin que se hayan tomado en cuenta la influencia que sobre la cultura y la identidad nacional tienen estas nuevas técnicas de comunicación, ni las posibilidades que permiten el acceso y la participación de otros grupos sociales a dichos medios.

2.4. Breve Historia De La Televisión Por Cable En México.

A mediados de los años cincuenta, dio comienzo la historia de televisión por cable en México, siendo Don Mario de la Fuente el primer empresario que logró introducir esta industria totalmente novedosa, instalando en la ciudad de Nogales, Sonora; la primera acometida de televisión por cable, en la conocida negociación denominada "El Concordia", situada a escasos quince metros de la línea internacional con los Estados Unidos.

³⁴ García Calderon Carola, Para Conectarse a Cablevisión Pp. 111

Poco a poco, se fue extendiendo la red del sistema de televisión, canalizando el cable maestro por la Av. Obregón, la principal arteria de la ciudad de Nogales y algunos otros organismos que solicitaban el servicio, como el caso de la Corporación de Bomberos y la prisión de la Ciudad, de la que Don Mario cuenta la anécdota de que al finalizar la temporada de las grandes ligas de béisbol de los Estados Unidos en octubre de 1954, dos reos que terminaron sus sentencias y fueron puestos en libertad solicitaron, ante el asombro de los presentes en el juzgado, que se les permitiera permanecer en la cárcel una semana más para presenciar la famosa serie mundial.

Haciendo atrás este curioso hecho, han transcurrido los años y los industriales del ramo han hecho llegar la televisión a miles de hogares mexicanos: de acuerdo a cifras publicadas por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, en 1992 había un total de 867,000 cable-hogares y 109 sistemas de operación. Actualmente el directorio de la Cámara Nacional de la Industria de la Tv. por Cable registra 124 sistemas de operación, 24 sistemas más que aproximadamente empezarán a operar y 1 millón 108 mil 953 suscriptores.

Pronto se volvieron claras dos nuevas posibilidades, una que la televisión por cable podía suministrar algo más que una mejor recepción, y otra que tenía la capacidad de transmitir más programas. Debido a que la antena se encontraba más elevada para poder captar más señales claras de las estaciones de televisión localizadas en ciudades distantes, en contraste con los televisores que dependen de antenas, las cuales tienden a ser limitadas a la salida de la ciudad o ciudades más cercanas.

En los años 50's, las compañías de televisión por cable empezaron a surgir en otras ciudades (Nueva York y San Diego), las cuales usaban como punto de venta tanto la claridad de la señal, como la diversificación de los programas.

Para el año de 1969, se inicio el sistema de televisión por cable en el D.F., con la empresa denominada "Cablevisión S.A. de C.V." subsidiaria de Televisa, S.A. Su alcance se limitaba a ciertas zonas residenciales que se encontraban ubicadas dentro del área metropolitana de la ciudad de México, sin embargo su expansión dentro de esta area ha sido notoria sobre todo en los últimos 10 años.

En 1979 el servicio de la televisión por cable en México era suministrado por 25 sociedades anónimas, 11 personas físicas y una sociedad civil.

La mayoría de estas sociedades anónimas estaban conformadas cada una de ellas por cinco accionistas, de los cuales uno o dos de ellos controlaban más del 50 % de las acciones.

Actualmente se ha observado una creciente monopolización del servicio de televisión por cable en un reducido número de accionistas, ligados al consorcio Televisa. Esto es, debido al continuo incremento de la rentabilidad de los sistemas de televisión por cable.

Debido a ellos, es que la empresa Cablevisión, S.A. ha tenido tanta influencia en las empresas instaladas para acaparar nuevos sistemas.

A principios de 1975 se vio la necesidad de crear un organismo que protegiera sus intereses económicos, para lo cual el grupo Televisa apoyó la creación de la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC).

Este hecho fue muy significativo, ya que la Secretaria de Industria y Comercio, no había autorizado la creación de una Cámara que rigiera los destinos de la televisión por cable desde hace 25 años. Esto había sido así por no haberse reunido suficientes elementos constitutivos que la justificaran.³⁶

³⁶Creativa año 1 núm. 5 Pp. 20.

- Programación de Cable

Cuando Cablevisión inicio su transmisión, para 1969 comenzó con los canales 7 y 10 que transmitían las 24 horas del día, su programación era completamente en inglés con programas de deportes, espectáculos, series exclusivas y películas norteamericanas, para ese momento su propuesta era de carácter exclusivo.

Para 1984 ya contaba con cinco canales: el canal 20 deportes, 23 y 16 transmitían películas en español y en inglés y el 7 y 10 diversa programación.

En 1985 aumento a ocho canales, uno era de videos, otro para noticias, que a mediados de julio fue sustituido por el canal educativo, por último el canal de películas con subtítulos en español.

Para aquel entonces su programación era exclusiva ya que sus series y películas eran de estreno, sus eventos especiales eran vía satélite con previo aviso, desde eses momento se estaba tratando de imponer valores del vecino país.

- Cableorigenes

“El cable en México tuvo sus orígenes en el norte de la república para llegar televisión vía antenas especiales aéreas a las que no llegaba la TV abierta”, más adelante, se empezaron a volar señales estadounidenses para dar valor agregado a su programación. Se dirigía a pequeños grupos muy limitados.

“Al recibir las concesiones para este sistema, nos dimos cuenta que hacia falta una programación que tomara en consideración la idiosincrasia del televidente mexicano, y acudimos a los mercados internacionales para comprarla”.

Se admite que al principio, Multivisión batalló para lograr su cometido: "Nadie nos quería vender por temor a que Televisa ya no les quisiera comprar programas. Empezamos comprando unas películas inglesas. Pero al ver nuestra oferta de tener canales propios por programar, las empresas extranjeras fueron cambiando de parecer".

El Sr. Joaquín Vargas relata cómo lograron su primer gran golpe obteniendo la exclusividad para México de cablecanal deportivo ESPN, propiedad de ABC. Junto con ellos armamos la cadena Multideporte ESPN para Latinoamérica, con eventos que incluían más fútbol soccer, corridas de toros, etc.

"Mediante un acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria de TV por Cable, compramos un segundo *transponder* para el satélite Morelos, logrando así, distribuir nuestra señal a nivel nacional, casi sin habérselo propuesto, nos convertimos en programadores, vendiéndoles a todos los cableros del país"

El siguiente canal que "armaron" los Vargas, Multicinema, también contó con buena aceptación por parte de los cableros nacionales quienes lo compraron vía satélite. Hoy, Multivisión distribuye 18 de sus canales en cuatro categorías de precio a cableros del interior de la República.³⁷

- Cablealianzas

La tercera señal televisiva -y primera asociación de Multivisión- se logró gracias a un acuerdo con el tele-empresario estadounidense, Ted Turner para lanzar el canal TNT Latin América.

"Ellos programan, nosotros distribuimos a nivel nacional", explica Vargas añadiendo que a partir del 94 su empresa transmitirá desde México una señal regional. También por acuerdo con Turner, Multivisión creó CNN México, con exclusividad para la República de su canal internacional de noticias CNN.

³⁷Cablenotas Canitec 1994.

Las otras sociedades se fueron dando a medida que surgieron las necesidades de programación. Para su canal Tele Uno, que Multivisión exportará a España a partir del mes entrante, la empresa se asoció al 50% con Worldvision, filial de Blockbuster Entertainment, que lleva producidas más de 15,000 hrs. de programas, entre ellas los más recientes capítulos de series como Melrose Place y Beverly Hills 90210

Cine canales es una sociedad entre Multivisión, Sociedad Argentina de Cable Comunicación y Cable Cinema Venezuela con participaciones respectivas del 44% y 12%. Transmite películas de Fox, Paramount; Universal y UIP las 24 horas y la describe Vargas como "quizás la más importante conversión de su género en Latinoamérica.

"Viacom nos cedió los derechos de MTV Latina para el area metropolitana de México", dice el directivo al referirse al más reciente de sus canales, ya que se enfrenta a la competencia del recién creado canal Tele-Hit en Cablevisión/Televisa. (Multivisión comparte con Cablevisión, además, la transmisión de HBO Olé, de Time-Warner, y Carton Network, de Turner.)

Otro nuevo canal surgido de una asociación, es NBC Noticias, en Español, un 35% del cual produce Multivisión en México mientras que el resto lo produce NBC en Charlotte, - Carolina del Norte. Juntos, a partir de marzo del 1994, comercializaron la señal en todo Latinoamérica.

También a nivel regional, Multivisión firmó un acuerdo de exclusividad por cinco años para el canal Fox, enviándolo a todo Latinoamérica con derechos para comercializarlo a nivel regional. Y para exportar películas en español tanto al norte como al sur de las fronteras mexicanas, la empresa acaba de crear el canal Cine Latino, que inicia con cine mexicano e irá añadiendo películas de todo Latinoamérica.

"La TV de paga es la única opción internacional. Cadenas como CNN; ESPN Y MTV estarán en todo el mundo "El Sr. Joaquín Vargas, señala otras cableopciones que

incluyen el canal infantil ZAS, el de telenovelas en español Gens, y tres canales de pago por evento.³⁸

- Para Conectarse a Cable

Por el lugar que la sociedad mexicana le ha otorgado a la televisión por cable a través de sus series y especiales, ha provocado con el tiempo la instauración de pautas de consumo, imposición cultural y modelos de vida que son ajenos a nuestra sociedad.

Tras la aparición de la televisión por cable en nuestro país a inicios de los 70's de manera casi formal cayo dentro del crecimiento desigual y dependiente de la "revolución de las comunicaciones" como fenómeno de poder dentro de algunos sectores (medio y alto) de nuestra sociedad.

En su proceso de crecimiento dio paso a nuevas tecnologías para la modernización del entretenimiento a través de la televisión.

Este tipo de televisión fue el complemento de la televisión aérea o abierta que gracias a la industria de la comunicación abarca también al cable; así se dio el paso para que surgiera Cablevisión con el apoyo de Televisa, dando un lugar importante en el mercado y dentro del país para que surgieran otras televisores como es el caso de Multivisión

Esta televisión requirió de grandes inversiones que pudieran ser solventadas por la industria televisiva, en razón de esto se construyó un negocio que ofrecía una programación exclusiva y de mejor calidad.

- Caracterización de Cable

El análisis de la programación y las características de sus canales permiten conocer el modelo adoptado por la mayoría de los sistemas de televisión por cable en el país.

³⁸ADCEBRA año 2 núm. 12 marzo.1993.

Los programas de televisión por cable provienen básicamente de:

a) Retransmisión de los canales 2,4,5 y 9 de la televisión aérea del D.F.

Ejemplo: canal 23 Unicable retransmite programas como Cachun Cachun rara, chiquilladas, la carabina de Ambrosio, etc

b) Canales locales de televisión aérea

Ejemplo: 2,4,5 y 9.

c) Canales locales, generados exclusivamente para televisión por cable.

Ejemplo: Eco, Tele Hit, Ritmo Son, Cine Latino, Cinema Golden Choice 1 y 2.

d) Canales procedentes del extranjero

Ejemplo: Nickelodeon, Fox Sport, Warner Bros, Discovery, Cartoon Network, Sony, Cable SPN, Mundo Ole, Cinemax, Cine Canal Fox, Fox Kids, ABC, CBS, NBC, Travel Channel, CNN internacional, Discovery Kids.

Lo que ocurre con mayor frecuencia es la transmisión de los canales del D.F. y la contratación de los canales extranjeros, ya que estos son suministrados via satélite de las cadenas ABC, CBS, NBC, y de la Spanish International Network, proveniente de San Diego, Los Ángeles, San Antonio y Laredo, el resto se recibe via satélite.

- Estructura De La Televisión Por Cable

El desarrollo de la televisión por cable en E.U. por la grandes compañías fue un factor determinante para la conformación de la televisión por cable en México.

Requirió de fuertes inversiones debido a sus costos de instalación; fue por eso que las empresas televisoras y cinematográficas complementaron su uso al servicio que ya brindaban. Las empresas que participaron en este desarrollo fueron Time, Teleprompter y Warner Cable.

Este desarrollo que es producto de sociedades industrializadas, no es exclusivo de dichas sociedades ni de países avanzados. El crecimiento de estos sistemas se ha hecho extensivo a países "subdesarrollados" que imitan un modelo de desarrollo industrial como meta, creyendo que aceleran un proceso de modernización, vía la incorporación de tecnología.

Esta tendencia representa para nuestro país, cuya industria de conductores eléctricos es una de las más desarrolladas hasta la fecha, una magnífica oportunidad para fomentar una serie de tecnologías y servicios que pueden representar un verdadero salto tecnológico hacia una segunda revolución industrial. De lo contrario, al pretender seguir paso a paso y a un ritmo considerablemente más lento el camino seguido por otros, provocaríamos irremisiblemente el ensanchamiento de la brecha tecnológica que nos separa de los países más avanzados.

2.5. Desarrollo De Multivisión

"La idea de lo que alguna vez se pensó y que ahora constituye Multivisión empezó desde 1976, con la fundación de Telerey, que es el primer centro productor independiente de televisión en el país. En Telerey producimos telenovelas, comerciales de televisión, programas humorísticos que son exportados a Centro y Sudamérica y ahora a Asia y China, explicó el Lic. Joaquin Vargas Guajardo, vicepresidente de Multivisión "

"La intención desde que se fundó Telerey, fue tener algunos de nuestros propios recursos y canales para poder salir al aire. Las instalaciones y la infraestructura que la conforman a eso obedecen. Solo es un centro de producción y distribución, sino que además la hicimos con el propósito de salir al aire."

El Lic. Joaquin Vargas, indicó que la historia de esta cadena comienza en 1981 cuando solicitaron un canal de televisión en la banda de UHF (Ultra High Frequency).

Este trámite duró dos años cuando en 1983, que se iba a otorgar la concesión "aprendimos el sistema de MultiPoint Multichannel Distribution Service. La diferencia era pagar toda la infraestructura con transmisores muy caros, sobre todo para tratar de llegar en televisión abierta a muchos suscriptores, pero sin antenas, sin la costumbre de ver canales de UHF, a que se abriera un nuevo medio de ocho, doce canales o los que nos vaya dando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en televisión restringida y por ello elegimos la segunda opción.

De acuerdo al oficio por el que se le notifica al ciudadano José Joaquín Vargas Gómez la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la Ciudad de México y zonas aledañas, explica que fue el 27 de junio de 1983 cuando Joaquín Vargas presentó la solicitud para este sistema de televisión.

El Sr. Joaquín Vargas es propietario de los restaurantes Wings; en 1987 fundó la Corporación Mexicana de Restaurantes integrada por Villa Lorraine, San Jerónimo, Meridien, Provence, Méditerranée, la Cochera de Bentley, además del Restaurante Lago de Chapultepec, también tiene la productora Telerey y las tiendas Telerey las que se dedican a la comercialización de los productos para audio y video.

Es presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, dirigió canal 8 de televisión independiente de México (TIM) y es pionero de la Frecuencia Modulada en nuestro país, solicitando en 1987 concesiones a esta frecuencia y otorgada un año después en Monterrey (por eso el nombre de Estéreo Rey), así como es concesionario de FM Globo (104.5 UHF) e iniciador de la radio digitalizada en México.

La concesión a favor del Sr. Joaquín Vargas apareció publicada el 14 de diciembre de 1984 (primera publicación), en el Diario oficial que por ley establece que las personas físicas y morales que pudieran sentirse afectadas en sus intereses, en un plazo de 30 días, presenten sus objeciones.

Tal fue el caso de la empresa Cablevisión quien presentó la objeción la cual "argumentaba que los íbamos a quebrar con un sistema tan moderno por aire, sin toda la inversión que se requería para poder cablear toda la ciudad "

El doctor Manzanilla relató que se siguió un proceso legal, a "Cablevisión se le había otorgado un permiso provisional para que operara dos canales en televisión restringida como apoyo al sistema concesionario, pero se le estableció que era de forma provisional"

Al presentarse la solicitud de Multivisión para un sistema de televisión restringida ellos objetaron y se ampararon porque se sentían afectados, el trámite duró mucho tiempo, de hecho indicó retrasó en mucho el que pudiera otorgársele un permiso de instalación a Multivisión hasta que finalmente Cablevisión retiró su amparo

"Fue hasta septiembre de 1988, luego del VI informe de Gobierno del entonces presidente Miguel de la Madrid H. cuando el Sr Vargas solicitó una audiencia con el Presidente y el se acordaba muy bien de que la concesión se había dado"

De la Madrid convocó a una reunión en los que estuvieron presentes los secretarios de Gobernación, Comunicaciones y Transportes y de Comunicación Social de la presidencia de la República, donde se discutió ampliamente la concesión hasta llegar a un fallo favorable."³⁹

³⁹Entrevista: Lic., Rebeca Arias Mendoza, agosto 20 1993.

3. Una Explicación de la Televisión actual

- El Inicio De Multivisión

El viernes 1º de septiembre de 1989, el sistema de televisión restringida de la Ciudad de México, fue inaugurado por el secretario de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo, dando comienzo a las 21:00 horas, por el canal 1 llamado entonces Multicable, el noticiario "Para Usted" conducido por Pedro Ferriz; le siguió a las 22 00 horas, la película mexicana "María María".

Cada 48 horas fue apareciendo un canal, es decir:

Domingo 3 de septiembre	Canal 3 Multideporte.
Martes 5 de septiembre	Canal 6 Netpack.
Jueves 7 de septiembre	Canal 8 Teleplus.
Sábado 9 de septiembre	Canal 10 Multicinema 1.
Lunes 11 de septiembre	Canal 12 Multicinema 2.
Miércoles 13 de septiembre	Canal 14, Multipremier I.
Viernes 15 de septiembre	Canal 15 Multipremier II.

Multivisión al utilizar la frecuencia de microondas no necesita de un medio físico como el cable para transmitir su señal, la cual puede ser captada desde cualquier punto de la capital, siempre y cuando se tenga el equipo necesario para su recepción y las antenas tengan la línea de vista.

En un principio, la suscripción al sistema costaba \$1,850.00 pesos (cuota que incluye el equipo receptor), pues queríamos salir en igualdad de circunstancias con nuestra competencia Cablevisión quien en esos momentos manejaba ocho canales y como tenía cuatro frecuencias asignadas que contaba con una tecnología que manejaba una compresión de imágenes que era el *comband* de General Electric. Esta constaba de dos cajas, una que descomprimía y otra que recibía y decodificaba la señal.

“Una vez que arrancamos salimos con esa tecnología y posteriormente el Sr. Presidente Miguel de la Madrid, no pidió que no lo hiciéramos tan elitista y ahí fue que solicitamos cuatro frecuencias más para quitar esa doble caja”.

A finales de febrero de 1990 “tuvimos oportunidad” de tener acceso a un equipo que estaba ensamblado en México (TOCOM) y nos permitió otra oportunidad de costo, es decir, \$1,160.00 pesos; la renta mensual fue de \$ 55,00 pesos (estos precios son de feb 1990).

El Lic. Joaquín Vargas mencionó que con el cambio de las cajas receptoras y la reducción del precio de suscripción, se dedicó a “dobletear” el número de señales recibidas y se inició el servicio de programación de 24 horas.

Justo un año después de haber comenzado, el 1º de septiembre de 1990, Multivisión lanzó un nuevo equipo, aparte del de ocho canales, que permite tener cuatro canales de televisión, los canales básicos de Multivisión: Multideporte, Multicanal, Netpack y Multicinema uno y por lo mismo de un costo de suscripción y mensualidad menor del de ocho.

El Ing. Alberto Ennis, director general de Multivisión, dijo que el equipo de cuatro canales “lo vamos a manejar como una primera opción, como un equipo básico que cuesta \$450.00 pesos y la renta mensual de \$25.00 como sistema de inscripción, pero que opera como depósito. Si tu quieres pasar al sistema de ocho canales nada más pagas la diferencia.”

En el caso de la programación, el pago por evento se inició el 28 de octubre de 1989 por Multipremier II y desde el 1º de noviembre de 1989 se transmitió via satélite Morelos 1, el canal 3 a los sistemas de cable de la República donde es considerado como un servicio adicional que prestan los servicios de cable en el interior del país junto con la señal de canal

11 del IPN y el canal 24 de Cablevisión; en total son 92 sistemas en el país que incluyen este servicio adicional.⁴⁰

- Programación

Multivisión presenta 17 canales al público, cada uno con un perfil específico a través de la contratación de diecisiete cadenas norteamericanas: USA Network ESPN, Entertainment and Sports Programming Network, ABC, American Broad Casting Company A&B Art and Entertainment; DC, Discovery Channel; PBS, Public Broadcasting Service. En el caso de las peleas de Box presentadas por el canal 15 y de las películas del Videopremier el cliente debía indicar también el número de serie de la caja TOCOM, podrá usar el impulse pay per view de la caja.

La tarjeta de memoria, grabará lo que el cliente está solicitando, podrá almacenar hasta 24 programas ; tendrá un crédito en pesos o por número de eventos de los cuales cada vez que solicite el evento pay per view será restado del total . El crédito del usuario no puede ser mayor a la capacidad que pueda grabar en la máquina

Una vez grabado en el equipo, el personal de Multivisión se comunicará via telefónica con la caja y "se le preguntará" si tiene algo en la memoria, si fue utilizado el servicio se agregará el costo en el estado de cuenta mensual del cliente.⁴¹

⁴⁰Idem.

⁴¹Idem.

- Publicidad Por Multivisión

Como podrá verse, en los sistemas de televisión de paga esta permitido introducir mensajes comerciales bajo ciertas condiciones, además de que la comercialización es una de las características de estaciones que funcionan bajo concesión.

En Multivisión se comercializan todos los canales con excepción de dos. Multicinema 2, donde las películas se presentan sin interrupción y la barra infantil de las mañanas tiene dos cortes de estación y el canal de "HBO-OLE", que apareció el 29 de septiembre de 1991, en el cual también los filmes se presentan sin interrupción

Como cadena de televisión Multivisión representa una opción a los anunciantes que desean ofrecer a los posibles consumidores sus productos a través de este medio de comunicación.

En Multivisión se manejan dos tipos de tarifas Netas, ofrecidas directamente al anunciantes y Brutas, que son aplicadas para las agencias de publicidad, las clases por horario se dividen en:

"AAA"	de	18:00	a	2:00	horas.
"AA"	de	16:00	a	18:00	horas.
"A"	de	2:00	a	16:00	horas.

Si bien, al igual que en Televisa o TV Azteca, hay tarifas aplicables durante el programa o al finalizar éstos, es decir el corte de estación. Además dependiendo de la zona que cubra la transmisión se aplicará a nivel local (si se verá en el Distrito Federal por ejemplo), o nacional (en el caso de Multideporte, cuya señal sube al satélite Morelos para llegar a los sistemas de cable de la República, como ya se explicó).⁴²

⁴²Idem.

- Multivisión: "La Fm De La Tv"

Si bien, la familia Vargas quedó fuera de la contienda por la televisión abierta en México al retirarse del grupo postor Medcom antes de la pugna por la privatización del paquete de medios gubernamental, hoy más que nunca se dedica a su negocio principal: la TV de paga por señal aérea, lanzada en 1989 como Multivisión

"Cuando lanzamos la frecuencia modulada en 1968 (con la estación radiofónica regiomontana Estéreo Rey) la gente creyó que estábamos locos, que "eso de la FM" nunca funcionaría. Hoy como pioneros de la TV por la señal aérea, creemos estar de nuevo en la vanguardia - un poco como si encabezáramos la FM de la TV". Habla Adrián Vargas, hijo de Joaquín Vargas, encargado de comercializar Multivisión

En la actualidad, sus dueños aseveran que Multivisión alcanza más de 850,000 telehogares con un promedio de 5.7 personas cada uno, gracias a su sistema propio y la afiliación a su señal de 118 sistemas de cable y 75 extensiones.

En el Valle de México, la empresa espera cerrar el 93 rebasando los 300,000 suscriptores y el año de 1994 con por lo menos 100,000 suscriptores adicionales. Además pueden ofrecer la transmisión de eventos especiales por TV abierta en 28 ciudades para llegar a otros 5,000,000 telehogares.

En realidad, explica el Sr. Joaquín Vargas, "Multivisión opera en cuatro grandes rubros: el primero es una distribuidora de TV restringida, que cubre el area metropolitana, Guadalajara, Monterrey, Villahermosa y La Paz, Bolivia".

"La segunda parte importante de la empresa es una distribuidora de señales a nivel nacional via satélite, que arrancó en marzo de 1994 via compresión digital DTH, utilizando el satélite Solidaridad y mini antenas *digicipher*. Ello permitirá enviar nuestros 20 canales a cualquier parte de la república".

El director comercial de Multivisión piensa que a medida que la señales estadounidenses se protejan más, decaerá el uso de lo que estima actualmente en cerca del millón de antenas parabólicas, abriendo las perspectivas para su distribución de señales

Una tercera parte importante de Multivisión es nuestra surtidora de programas, que llega a más de 190 ciudades del país.

Pero la cuarta quizá la más importante, es nuestra programadora, en la que contamos con socios y representaciones exclusivas.⁴³

- Mvs Multivisión, La Nueva Televisión

Era hace cinco años el slogan de la alternativa televisiva más ambiciosa de la historia de los medios de comunicación en México; también se le llamó: *la fm de la televisión* por su calidad de señal y de contenido. Reafirmando su compromiso al asegurar que son *la otra televisión*, gracias a los 850,000 suscriptores a los que están llegando en menos de 5 años, cifra que la competencia no reunió en dos décadas.

Fue el 1º. de septiembre de 1989, cuando se inició la transmisión para el Valle de México de Multicable, el primer canal. Para el día 15 contaban ya con 8 canales, 57 días después se convirtieron en pioneros del *Pay Per View* con el concierto FLEETWOOD MAC y la película ENEMY MINE (ENEMIGO MIO). El 1º. de noviembre de ese año, la señal se empezaba a distribuir a través de los sistemas de cable de la República Mexicana. El 11 de febrero de 1993, comenzaron a utilizar las ventajas de la compresión digital que permite la transmisión de seis canales en un solo transpondedor de satélite y el 1º de mayo de ese año incorporaron el impulso *Pay Per View*, un sistema que facilita la compra de programas de *Pago Por Evento*, mediante el uso del control remoto.⁴⁴

⁴³ADCEBRA año II núm. 12 dic. 1993.

⁴⁴Idem.

- La Actual Fragmentación Del Público

En un principio uno de los cambios ocurridos en la televisión fue la transmisión y recepción de señal blanco y negro al color, y en un futuro, cada vez más cercano sera la alta definición de imagen y quizá después, la tercera dimensión

Con la ayuda de los elementos técnicos, se hizo posible la aparición de diferentes tipos de transmisión y recepción de la señal de televisión: El cable, las antenas parabólicas, el uso de la frecuencia de microondas e incluso al aparato receptor se le han agregado aparatos como las grabadoras domésticas y hasta videojuegos.

El que actualmente se habla de una revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones y especialmente de la televisión se debe básicamente a dos factores:

- 1.- Una serie de innovaciones técnicas, tanto en el campo de la producción como en el de la distribución, ya conocidas desde hace tiempo, están pasando actualmente de la fase de experimentación a la del uso normalizado y su comercialización.⁴⁵

Como señala Albino Pedrola, con la multiplicación de soportes "elimina" al fantasma de la escasez de frecuencias, menciona al cable coaxial y el inicio del uso de fibras ópticas que además de su aplicación en la telefonía se extenderá a la televisión, teleinformática y video teléfono.

Además están los satélites, grabadoras, videodiscos y la televisión numérica o digital, en la cual el mensaje es traducido a una serie de números (0y1) con la ventaja de mejor calidad de imagen sin pérdida de datos con el paso de un soporte a otro.

⁴⁵Giusseppe Richeri, La televisión entre servicio público y negocio Pp.332.

En este rubro debemos agregar la frecuencia de microondas, para la transmisión de información, y para las señales de televisión, pues el Multipoint, Multichannel Distribution Service es considerado el "wireless" o cable sin cable

- 2.- Tecnologías audiovisuales, de las telecomunicaciones y la de la teleinformática han alcanzado un nivel de desarrollo de tal envergadura que todo parece indicar una progresiva integración entre ellas. Ejemplo de ello es el video texto, es el sistema que a través de la red telefónica permite a cada usuario solicitar o recibir en su propio televisor en forma escrita las informaciones recogidas en los bancos de datos ⁴⁶

En lo referente a la programación se puede prever la coexistencia de tres tipos de televisión:⁴⁷

- a) El aumento en la diversificación de la producción tradicional destinada a un público muy amplio, es decir, lo que cambian son los programas, cantidad, distribución y composición de géneros.
- b) La televisión fragmentada o narrowcasting, es decir una producción de programas en función de públicos específicos y especializados. Sus soportes son la televisión comercial, la televisión de pago por cable, videodisco, videocassette y videotexto.
- c) Relacionado con el punto anterior, la posibilidad de que el usuario intervenga en la programación de su televisor, "con ello las posibilidades de elección aumentarán y como consecuencia, la calidad tendrá que mejorar".

Por consecuencia pasaremos del "broadcasting" (transmisión que recibe la gran colectividad), a un "narrowcasting" (televisión fragmentada); de un público indefinido a uno específico con deseos y necesidades diferenciadas.

⁴⁶Idem. Pp. 337.

⁴⁷Televisión y Fragmentación del público " en la televisión entre servicio público y negocio" Pp.340.

Para que se cree la televisión fragmentada deben existir dos condiciones:

El aumento de la capacidad de transmisión (cable y satélite), y la habilidad en la valorización de los gustos del público para poder suministrarles los programas que verdaderamente desea. Es evidente que esta transformación es posible si el potencial espectador está dispuesto a pagar para obtener programas específicos.

Cabe pensar que este tipo de televisión favorecerá a los estratos socioeconómicos más altos; el nivel cultural, al igual que el poder adquisitivo más o menos alto jugarán en este sentido un papel fundamental respecto a la demanda cultural y por lo tanto al nivel de formación, el gusto por la novedad y la curiosidad son factores indispensables para abrir este tipo de mercado.

La televisión fragmentada es diferente a la televisión local. Esta ubicada en un lugar o zona geográficamente delimitado, donde la programación se realiza conforme a los gustos y a los intereses comunes de la población por vivir en una misma región.

La televisión fragmentada está relacionada con la diferenciación de los gustos y la demanda sociocultural de sus espectadores, donde más allá de que deberían habitar en una misma región, agrupa a sus espectadores en función de sus gustos específicos.

Incluso en el primer caso participan pequeños empresarios, en el narrowcasting se ponen en juego importantes medios financieros, contando con grupos de comunicación capaces de analizar la demanda del público y ofrecer a partir de esta programación correspondientes a los diferentes mercados económicamente interesantes.

En este servicio comenzarán a interesarse los anunciantes, una compañía por cable bien organizada puede conocer las características de sus suscriptores y será posible ofrecer a los anunciantes una oportunidad de alcanzar mercados colectivos. Así la publicidad puede ser más especializada para un canal particular por ejemplo: eventos culturales o deportivos.

El interés especializado de los suscriptores de cable es dirigido a aquello en lo que la industria llamada "narrowcasting" o asignación de un tipo característico de programación para cada canal.

La tendencia es de más opciones y también más especializada, con la posibilidad de elegir un canal que muestre películas, exhiba sólo música, programas exclusivamente para niños, transmita las últimas noticias a cualquier hora, se enfoque a eventos deportivos o muestre las acciones del gobierno a nivel nacional.

La interrogante que nos podemos plantear es que sucede con la televisión de señal restringida en México que es el tema de investigación y si acaso pudiera considerarse dentro del narrowcasting.

El uso de la frecuencia de microondas para la transmisión de señales televisivas a través de una tecnología específica, permite ser la opción en el sentido de que de VHF (Very High Frequency) está ocupada en su totalidad y el otro sistema, el cableado tiene el inconveniente de depender de un cable, el cual no está por completo distribuido en la capital del país.

Por ello, el MultiPoint Multichannel Distribution Service permite ser un cable sin cable. En este caso, la transmisión via microonda es recibida con un equipo especial donde se necesita tener la línea de vista entre ambas antenas.

Con respecto al narrowcasting o fragmentación de público y la especialización en la presentación de programas puede ser aplicable a este sistema pero sin ser tan tajante, ya que por sus características propias del sistema, la señal es recibida por quienes desean tenerlo, para ello, deberá contratar el servicio y pagar las mensualidades, tendrá que estar en la posibilidad económica para conseguirlo, sin decir que es exclusivo de estratos económicos altos.

Para la contratación de la señal y el pago mensual podemos reducir o al menos delimitar y conocer quiénes son los usuarios del sistema al igual, como se plantea, con el cable.

Además, cuando se celebra un contrato de compra venta al adquirir cualquier producto, éste debe satisfacer al cliente; en este caso, el servicio de televisión es contratado y obliga al prestador de servicio a tener satisfecho al cliente y a su vez conocer sus gustos para poder ofrecerle lo que solicita.

Visto en el caso específico de Multivisión, como se explica más adelante, ofrece el servicio de televisión restringida especial y por tal motivo la compañía establece un vínculo con el usuario desde el primer momento, comenzando con la venta del equipo, atención al público para proporcionar mantenimiento e incluso el enlace entre cliente y televisora a través de encuestas para conocer la opinión y gustos del público.

Con relación a que el público intervenga desde su hogar en la selección del programa que desea ver, se introducirá el "Impulse Pay-per-view", es decir, ordenar a través de su propia caja receptora el programa que se cobra de manera individual.

Y si hablamos de encontrar opciones especializadas o canales exclusivamente dedicados a un género específico, encontramos en Multivisión un canal completamente dedicado al deporte así como cultural, musical, de noticias, de películas, etc.

3.1. Proyecto cultural de Cablevisión.

Lejos de lo que la gente crea de los medios de comunicación y de la sofisticación que éstos requieren en su tecnología, dan paso a la formación de nuevos públicos y patrones culturales de una sociedad dominante que provoca dos objetivos fundamentales.

- La comercialización para la rápida circulación de mercancías, al convertirse en vehículo publicitario.
- El papel ideológico que mantiene formas de pensamiento acorde a los procesos educativos.

La orientación que se le dio a la televisión mexicana fue gracias al modelo de televisión americana ya que en la sociedad tan avanzada que viven proponen patrones de consumo y aspiraciones relacionadas con los sectores medio y alto respectivamente

En México se ha tratado de orientar su consumo hacia sectores con alto poder adquisitivo.

Cablevisión surge como un fenómeno de elite que baso su promoción en un bajo número de cortes comerciales con programación procedente de EUA: siendo el vehículo para desplazar la cultura nacional.

El público que tiene Cablevisión ha sido moldeado por la televisión aérea por años, a través de sus series policiacas, eventos especiales, deportes, etc.. esto mueve a la gente a contratar el servicio de cable.

A este fenómeno de dominación cultural se complementa con lo que cable promueve en su programación tan diversa como modas y gustos orientados a la felicidad de vivir.

- Los Nuevos Canales De Cablevisión

Ante la presencia de las antenas parabólicas y la mayor oferta de canales, la T.V. por cable se vio precisada de ofrecer un mayor atractivo a sus suscriptores; así en abril de 1985 lanzó al aire 3 nuevos canales: el "Movie Cable" (ya se ha hecho mención), el CNN (dedicado a noticias y ahora educativo), y otro de videos durante todo el día. Esta ampliación resulta parte de la estrategia a seguir por la industria de la televisión por cable en México, que apunta a la subtitulación de películas (para ganar público que no entiende el inglés), y a la diversificación y especialización de canales de acuerdo a géneros.

- Características Técnicas Para La Transmisión De La Televisión Por Cable.

El sistema lleva señales televisivas a través de un cable coaxial el cual esta compuesto de un conductor interno de cobre, situado en el eje central el cual se separa por una capa aislante de un segundo conductor metálico más exterior. Ese cable va de una antena matriz hasta el hogar de los suscriptores.

Utiliza un equipo de transmisión (antena matriz), y un sistema de distribución. El equipo recibe la señal televisiva de larga distancia e incluye un número de antenas receptoras montadas en una torre localizada a una altura elevada para tener un buen poder de señal.

“Las señales dirigidas por la antena matriz llegan a una pequeña estación de control donde son amplificadas, afinadas y algunas veces, en caso de interferencia, recanalizadas. Posteriormente pasan al cable aéreo que atraviesa la comunidad tendido entre los postes o al cable subterráneo que se encuentra corriendo al lado de las líneas telefónicas o de electricidad.”

Para consolidar la señal en este sistema están dispuesto amplificadores a intervalos regulares. La línea troncal es el enlace más grande que va desde el lugar en que se encuentra la fuente de transmisión hasta la comunidad; los amplificadores troncales compensan las pérdidas de las señales”.

“La última etapa es la conexión con el aparato de los suscriptores. Esta se realiza a través de un *tap* o *caja de conexión* enlazada al cable de distribución. Los tap pueden tener de dos a cuatro salidas para conectar los televisores de los suscriptores.”⁴⁸

⁴⁸Idem. Pp. 61

- Televisión por Cable Y Satélite Directo

La presencia de señales de satélites de comunicación que se reciben directamente en la televisión mediante una antena parabólica, plantea inicialmente un problema para la televisión por cable, que se ha basado su funcionamiento en las emisiones provenientes de E.U.

Sin embargo en México las estaciones de televisión por cable llevan años de recibir imágenes vía satélite, lo cual ha facilitado su desarrollo sin que la recepción directa haya frenado las emisiones y el mercado de la televisión por cable.

En cuestión de costos, la televisión por cable cuesta mas para el receptor que la comunicación vía satélite, pero también las antenas tienen un precio que por el momento sólo las hacen accesibles para ciertos grupos económicos

En México se presenta un fenómeno curioso, son los mismos usuarios de la televisión por Cable quienes adquieren antenas, lo cual evidencia un fenómeno de *elite*.

Un aspecto común en ambos sistemas es la barrera que presentan los programas en otro idioma y que ha dado lugar en la televisión por cable una mayor sintonía de espectáculos musicales y deportivos, y no de toda la oferta de emisiones.

Como se puede apreciar, tanto cable como satélite directo, funcionan en campos comunes, lo cual haría pensar en la inminente desaparición de la televisión por cable que es un servicio que se paga cada mes, frente a las antenas parabólicas que sólo requiere de una fuerte inversión y de una orientación periódica.

3.2. Ratings Multivisión

Su primer reporte de *ratings* estuvo listo en septiembre de 1995. ¿Será suficiente para disuadir a los del plan francés de Televisa al entrar a Cablevisión?

Adrián Vargas confía en que sí; por ello la empresa que encabeza, MVS Multivisión, líder mexicana en televisión inalámbrica de paga, invertirá en la medición de sus canales y programas para respaldar ventas con datos fidedignos que incluyen *ratings*-hogares y frecuencia-hogares.

Para llevar a cabo la medición electrónica de audiencia, Multivisión contrató los servicios de IBOPE México, división de grupo Delphi que pertenece a Latinpanel, red de agencias latinoamericanas de investigación de mercados que prestan sus servicios de medición televisiva en Brasil (en donde se desarrolló la tecnología IBOPE de *set meters* o medidores electrónicos automáticos, conectados a los controles del televisor para monitorear su encendido y cambios de canal), Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Uruguay, Perú y Venezuela.

“El *set meter*”, explica Ruben Jara, presidente de grupo Dolphi, “es una pequeña computadora conectada al sistema TOCOM de MVS Multivisión. Registra segundo a segundo, tanto el encendido como el cambio de canales y el tiempo de permanencia en cada uno”.

El investigador explica como se realizó primero un microcenso en 2,300 telehogares del Valle de México, para precisar las características demográficas y socioeconómicas de los telehogares; su equipamiento relativo a sistemas de video (televisores en blanco y negro y /o color; antenas parabólicas, videocaseteras, videojuegos, controles remoto, etc.)

“De este marco muestra, se seleccionó la muestra inicial de 250 telehogares, estadísticamente representativos de los 300,000 mil telehogares que actualmente son suscriptores de MVS Multivisión en el D.F. y su área metropolitana”, añade Jara

Revela que los *set meters* IBOPE realizan una medición electrónica pasiva (sin interacción del televidente, lo que elimina errores de participación), en forma sistemática y automatizada, las 24 hrs. Los resultados se recolectan en una computadora y se almacenan en otra para procesarse en un sistema central. La información de cada medidor se valida constantemente para detectar variaciones. Personal IBOPE realiza una visita mensual para revisar su funcionamiento.

“Entregaremos mensualmente resultados a Multivisión con la siguiente información”, dice: Jara: consulta de ratings hogares (con ratings cada 15 , rating promedio de programas, *ranking* de programas, ranking costo por millar, bloques horario y número de encendidos y alcance y frecuencia de hogares con GRP's o *gross rating points*, alcance, frecuencia media, distribución de frecuencia, costo pauta, costos prorrateados AMCM, costo punto alcance, costos punto alcance efectivo, gráficas distribución. (frecuencia.)”⁴⁹

- Características Técnicas Para La Transmisión De Multivisión

La transmisión para la señal de Multivisión se realiza a través del sistema Multipoint Multichannel Distribution Service, que igual que en Estados Unidos, realiza la frecuencia de microondas y para su recepción se requiere de equipo especial antena, convertidor de bajada y decodificador además de un pago mensual por el servicio

El sistema de servicio restringido de señales de televisión para el Distrito Federal y zonas aledañas que utiliza los canales 2584 Mhz, 2560-2566 Mhz, 2572-2578 Mhz y 2584-2590 Mhz, asignados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

⁴⁹ADCEBRA año II núm. 4 abril. 1995.

La señal es generada en las oficinas de Multivisión (zona aeropuerto) y es enviada al cerro del Chiquihuite en Zacatenco, al norte del Distrito Federal, siendo el punto más alto de la capital del país.

De ahí se lanza la señal con una potencia de 100 watts a través de un sistema de radiación direccional capaz de abarcar un ángulo de 180° es decir, la señal baña toda el área y es recibido por quienes tienen el equipo necesario.

- La Línea De Vista (Line Of Sight).

El impedimento para recibir esta señal es la línea de vista o línea que debe existir entre la antena transmisora y la receptora. Por ello, si existen obstáculos que originen sombra la señal no podrá ser recibida; estos obstáculos pueden ser edificios, árboles o cerros, pues impiden que ambas antenas se vean.

Como ejemplo que ofreció el Ingeniero Fernando Villaseñor Miranda, Director Técnico de Multivisión, dentro del área metropolitana el impedimento para recibir la señal de Multivisión es la línea de vista, por ejemplo atrás de los grandes edificios " como es el Hotel de México (WTC) y la torre de Pemex por la sombra que proyectan.

También influye la Topografía, como es el Cerro de la Estrella que está perpendicular al transmisor por lo que la zona que está atrás es un punto ciego. Esto es que no puede recibir la señal directamente sino por rebote del mismo Cerro así que la imagen nunca será igual de clara que para las demás zonas.

En ocasiones estos obstáculos se pueden evitar usando *rebotes* (un punto que vea tanto del transmisor como del receptor.) En el caso del Distrito Federal donde hay servicios

especializados y demasiados edificios "se pueden encontrar antenas que están viendo a 180° la antena transmisora pues lo que ven es un rebote"

Del mismo modo la señal de MVS no puede ser recibida en un punto demasiado alejado del transmisor, de tal suerte que por debilidad, la señal desaparezca antes, pues por la frecuencia de microondas a distancias largas la señal va teniendo ciertas pérdidas ⁵⁰

Es un paraboloide que recibe la señal transmitida desde el Cerro del Chiquihuite, por medio de su reflector la antena concentra la señal en un dipolo el cual envía la señal en "pequeñísimos" impulsos eléctricos a través de cable hasta el aparato de televisión

- Equipo Receptor De Multivisión: Antena

Es una paraboloide que recibe la señal transmitida desde el Cerro del Chiquihuite, por medio de su reflector la antena concentra la señal en un dipolo el cual envía la señal en "pequeñísimos" impulsos eléctricos a través de cable hasta el aparato de televisión

Se manejan dos tipos de antena: una de 18 decibeles de ganancia y una de 21 decibeles. Así, entre más grande sea el reflector de la antena, ésta tendrá la capacidad de recibir mayor cantidad de señal, por lo tanto, entre más alejado esté el punto de recepción más grande es la antena. ⁵¹

- Convertidor De Bajada (Down Converter)

Es el aparato electrónico que convierte las señales de microondas para que puedan ser utilizadas por el receptor y así puedan ser vistas en televisión. El convertidor de bajada está abajo de la antena, aproximadamente a 30 centímetros de ésta.

⁵⁰Sevilla Tamai y Ma. Del Pilar, el sistema de televisión en señal restringida en México un caso concreto Multivisión. Pp. 250.

⁵¹Idem. Pp. 254.

Por ser un aparato eléctrico no necesita de corriente eléctrica para funcionar, por ello usa un transformador de corriente que queda enchufado directamente a esta y un insertor de poder (power inserter) que va conectado al transformador y al cable por el cual baja la señal y a su vez alimenta al convertidor de bajada

El sistema se conoce en E.U. como "wireless" pues para recibir las señales necesita un cableado, pero si se requiere de la antena al aparato receptor, por lo tanto se utiliza un cable coaxial. Este tiene dos conductores, uno dentro del otro, un conductor de alambre central y el blindaje o cable exterior cubiertos por una "chaqueta" de plástico.⁵²

- Convertidor (Caja Tocom)

Es el equipo electrónico a través del cual el cliente sintoniza y decodifica cualquiera de los canales que recibe y los convierte al canal 3 para enviar la señal al televisor. Tiene un rango de sintonía de los 50 a 550 Mhz lo que permite, en el Distrito Federal, recibir las señales de televisión en VHF, UHF, Cablevisión aparte de las de Multivisión.

Las cajas receptores tiene un sistema de adresamiento (addressable) o direccionable, es decir, cada aparato está programado con un código computarizado diferente que permite el acceso a cada equipo de forma totalmente independiente, con lo cual se puede habilitar o deshabitar total o parcialmente en la casa del suscriptor a través de la antena desde el centro de informática de las oficinas de Multivisión.

A través del sistema computarizado se tiene contacto con cada una de las cajas, desde que salen del almacén para ser instaladas ya se tiene registrado a quien se le van a instalar, su ubicación y a partir de que fecha se abrió la caja. Todo esto es con el objeto de que si al usuario le roban el equipo y avisa a Multivisión se cierra en ese momento la señal. Así también se puede cortar el servicio a quienes no paguen la mensualidad.

⁵²Idem. Pp.265.

La otra posibilidad que ofrece es que permite manejar el Pay Per View, el cual es una derivación de esto, se hace el listado de quienes soliciten el servicio de Pay Per View y a ellos se les deja abierta la señal, se cierra a quienes no lo hicieron, por lo tanto se tiene un control canal por canal y usuario por usuario

Se maneja una señal codificada pues la finalidad es que se requiere descifrar para poder verla, así no cualquiera que tenga una antena y un receptor puede captar. El *Toxom* tiene un programa que indica que se puede ver la codificación de canales, con ello permite que aun en otras ciudades en las que haya el mismo sistema no sean compartidas, por ejemplo, si se trae una caja de Puebla no puede ser vista aquí y viceversa

Al principio cuando se lanzó la señal de Multivision se utilizó el equipo *Comband* porque se tenían cuatro frecuencias asignadas. Para poder competir con la televisión de paga existente (Cablevisión), que tenía 8 canales, era utilizar el sistema *Comband* que permitía, en el ancho de banda de un canal, poder comprimir dos señales y así ofrecer ocho canales también.⁵³

⁵³Idem.Pp. 256.

4. Los Nuevos Horizontes

4.1. ¿ Qué es SKY ?

Sky es un sistema de televisión dentro de la modalidad de transmisión de señales DTH (Direc To Home), la más avanzada tecnología en programación de audio y video con calidad digital Señal que recibe directamente del satélite a su hogar

Este servicio de entretenimiento, se formó de la alianza estratégica de compañías líderes en Telecomunicación, del mundo de la producción audiovisual y tecnológica, cuyo propósito en conjunto es el lanzamiento de un servicio de Televisión Directa al Hogar para el mundo de habla hispana y portuguesa.

Estas empresas son:

Grupo Televisa.

News Corp.

TCL Tele-Communications International Inc.

Globo.

Sky cuenta con más de 160 canales de audio y video con calidad digital, con todos los Canales abiertos de la Ciudad de México; las mejores películas en 25 canales de Sky Premiere y los mejores eventos en exclusiva por los 5 canales de Sky Event, además de los canales a la carta, paquetes con los mejores canales de películas, señales internacionales y canales para adultos.

Sky es el sistema de entretenimiento que ofrece Diversión Directa al Hogar, teniendo una extensa variedad de programas de cultura, informativos, deporte, música, noticias, infantiles y películas.

- SKY

Sky es uno de los sistemas de entretenimiento en México con un amplio contenido y variedad ya que se ha mantenido paralelo a los avances de la tecnología. Esto se deriva de su preocupación por brindar a los suscriptores más beneficios que hagan útil y práctico el manejo de su sistema.

Tal es el caso de los mosaicos, por los cuales se puede seleccionar la señal de su preferencia y entrar rápida y directamente con solo apretar un botón del control remoto.

Además estos canales también constituyen un extraordinario medio para enterarse de las nuevas promociones, eventos especiales, programación sobresaliente e información de gran importancia para el espectador.

Los canales mosaico son la forma más sencilla de navegar por los canales de Sky y conocer todos los servicios que ofrece el sistema por medio del control remoto.

El sistema cuenta con 4 Canales Mosaico, ubicados en los canales 100, 300, 400 y el mosaico 900 de Sky Premiere. Cada mosaico está conformado de 12 pequeñas celdas y un recuadro central más grande, con el siguiente contenido:

Mosaico 100 / 300 / 400

- 9 celdas con la recomendación de las señales que Sky le ofrece.
- 1 celda con el navegador del sistema (localizado en la esquina inferior izquierda), a través del cual podrá consultar su estado de cuenta en pantalla, leer los mensajes, bloquear canales no aptos para niños y otra gran diversidad de funciones.
- 1 celda para entrada directa al siguiente mosaico
- 1 celda para entrada directa al mosaico 900 de Sky Premiere
- 1 recuadro central con el que podrá tener información general, de programación, eventos especiales, promociones entre otros etc.

Mosaico 900

- 10 celdas con las películas que se están proyectando por Sky Premiere
- 1 celda de acceso al navegador del sistema, cuya función ya se menciona
- 1 celda de entrada al canal SPICE HOT.
- 1 recuadro central en el que podrá tener información de las películas que se están transmitiendo a través de pago por evento en Sky Premiere

- ¿ Por qué escoger Sky ?

Es el sistema que ofrece la mayor variedad de canales de Televisión (111 de video) y de Música (48 de audio).

1. Sky, ofrece dentro de su programación, digital todos los canales de la televisión abierta de la Ciudad de México 2,4,5,7,9,11,14,13,22 y 40, además de los canales 4 de Guadalajara, 2 de Monterrey, Canal 57 de Tijuana, Canal 38 de Mexicali, con la programación diferida 2 horas de los canales 2, 5 y 9 de México.
2. Con la mayor variedad de programación por género.

- Ventajas del Sistema

Cuenta con menús electrónicos de fácil uso para navegar en la programación.

- Guía electrónica de Programación en pantalla las 24 hrs. del día, que permite consultar la programación hasta con tres días de anticipación.
- Menú interactivo que permite sintonizar rápidamente los canales preferidos.
- Información en pantalla sobre el programa en curso (título, horario, clasificación, etc).
- Reservación por anticipado de eventos especiales.
- Bloqueo de programas por categorías para elegir los que puedan ser vistos por los menores de edad.

- Selección de idiomas: En canales selectos y desde el control, se puede escoger el idioma que desea escuchar, así como el idioma de los subtítulos del programa.

- Precio de Suscripción

Precio Normal \$3,190.00

Precio Actual \$999.00

Todo Incluido

Incluye:

- Suscripción
- Equipo
- Instalación
- Activación

Nota:

Antena y LNB (en propiedad), receptor, control remoto y tarjeta inteligente (en arrendamiento).

La antena puede ser de 60 cm a 120 cm, dependiendo de la región del país.

-.7. Ventajas Vs Directv

Ventajas Competitivas

SKY

- Número de Canales de Audio 48
- Número de Canales de Video 111
- Si incluye todos los canales abiertos
- Transmite los mejores Eventos Exclusivos
- Total de Canales 161
- Canal especializado en Fútbol
- Canal de toros
- Instalación Inmediata
- Anualidad \$192.00
- Precio \$1,995.00

~~DIRECTV~~

- Número de Canales de Audio 33
- Número de Canales de Video 93
- Sólo incluye el 7 y el 13
- No los transmite
- total de canales 126
- No incluye
- No incluye
- Instalación 15- 30 días
- Anualidad \$1,058.00
- Precio \$1,999.00

*+ Paquete de transmisión elegido
 ** \$89.00 Mensuales por renta de equipo.

*Precio \$ 1,341.00 + Deposito \$ 658.00

- Por qué Conviene Contratar Sky y no Directv

- Más y mejor programación.

- Paquetes a la medida.
- Ofrece más canales a igual o mejor precio.
- Incluye todos los canales exclusivos que no podrá ver en cualquier otro sistema.
- Está respaldado por las 4 empresas más importantes de telecomunicaciones en el mundo
- Calidad digital , audio y video
- Cobertura Nacional.

- Señal Digital de Sky

El sistema Sky es un sistema de transmisión y recepción de señales de televisión via satélite que utiliza técnicas de procesamiento y comprensión digital para poder ofrecer un elevado número de televisión y sonido con calidad, es decir, libre de interferencias, fantasmas y degradaciones propias de señales transmitidas con procesamientos analógicos. El sistema utiliza el estándar de transmisión MPEG 2 que posibilita al sistema para poder ofrecer servicios de datos en un futuro cercano.

- Transmisiones de Señales Sky

a.- *Proceso de Transmisión*

Cada uno de los canales de televisión transmitidos por Sky se digitaliza para su transmisión al satélite. La información digital de imagen y sonido originada es una estación terrestre a una frecuencia de la banda Ku, es radiada por la antena de transmisión al satélite (up Link), donde dicha información es captada por un receptor, convertidor de frecuencia y transmisor, denominado transpondedor que a su vez, radia la información de vuelta a la tierra (Down Link) de acuerdo a la huella satelital.

Parte de la señal que radia el satélite es concentrada por la antena parabólica en su " foco geométrico" donde es captada por el LNB (Amplificador y Convertidor de señales) ubicado en el brazo de la antena receptora de donde es conducida por un cable coaxial a un receptor decodificador de señales (IRD) ubicado junto al televisor del suscriptor.

b.- *Equipo Técnico*

Antena Receptora.- son antenas parabólicas con foco desplazado y ganancia de 35 a 42.2 dB. Marcas: MSI Eagle, Winegard, Orbitron y señal Satélite. Se utilizan antenas con platos de 60 a 120 cm de diámetro, dependiendo de la localidad geográfica en el país.

LNB Low Noise Block Elemneto Elemento receptor de la señal proveniente del satélite, la amplifica y convierte su frecuencia a banda L enviándola al IRD. Esta instalado en el foco del reflector parabólico. Marca Grundig para antenas MSI Eagle, señal Satélite y Orbitron, marca Cambridge para antenas Winegard y Orbitron , marca Chaparral para todas las antenas.

Frecuencia de Salida	950 a 2150 Mhz
Frecuencia de Entrada	11.7 a 12.7 Ghz en Banda Baja Voltaje de C.D.

Señal de selección
de banda

12 a 14 volts Polarización Vertical.
17 a 18 volts Polarización Horizontal
Onda cuadrada de 0.6 volts a 22 KHz

- Receptor digital (IRD)

- **IRD**

Equipo decodificador de la señal transmitida via satélite, permite que la información recibida sea desplegada en el televisor del suscriptor

- Marcas Pace y Philips
- Voltaje de Entrada De 90 a 240 volts, C A .60Hz
- Suministros al LNB Voltaje de Polarización Vertical de 12 14 volts.
- Tono para la selección de banda Onda cuadrada de 0.6 volts a 22 KHz
- Salidas de Video y Audio RF en canal 3, 4 ó 5 para Pace y 3 ó 4 pa Philips.
Banda Base con conectores RCA
Conexión telefónica via módem con conector

RJ 11

- Control Remoto
Facilita la interactividad del suscriptor con el sistema.
- Tarjeta Inteligente, Smart Card o Viewing Card

Permite en conjunto con el IRD (decodificador), detectar las señales que deben ser recibidas específicamente para un suscriptor.

- Cobertura Nacional

Sólo Sky ofrece 100 % de cobertura en toda la República Mexicana. Otros sistemas no llegan a todo el país, o bien tienen que utilizar antenas de hasta 2.4 mts., (Noreste del país) que más bien resulten ser imprácticas. Es como regresar a la tecnología de las antiguas antenas parabólicas.

4.2.DIRECTV

-Es el más completo centro de entretenimiento digital directo al hogar

- Utiliza tecnologías de compresión digital
- Ofrecer el servicio DTH (directo al hogar)
- Ofrecer programación Pago por Evento
- Transmitir Radio digital sin locutores ni cortes comerciales
- Transmitir en estéreo

Cuenta con:

Canales de películas, deportes, noticias, cultura, infantiles y entretenimiento que ningún otro sistema tradicional de televisión de paga.

- Historia.

Gracias a la importante unión de cuatro empresas líderes en comunicaciones a nivel internacional: **Hughes Communicatios Inc.**, El grupo de compañías **Organización Cisneros-ODC** de Venezuela, **Abril Televisión (TVA)** de Brasil y **MVS Comunicaciones de México**, se formó el consorcio **Galaxy Latin América** para lanzar al mercado el primer centro de entretenimiento *Digital Via Satélite* directo al hogar **Directv**

Directv ofrece al máximo número de opciones de entretenimiento para los televidentes, incluyendo los más recientes estrenos de Hollywood, eventos deportivos, producciones latinoamericanas de primer nivel y la mejor música en todos sus géneros.

En diciembre de 1995 Galaxy Latin América puso en órbita el satélite Galaxy IIII que envió la señal a 40 millones de hogares potenciales, tuvieron alcance a más de 100 opciones de entretenimiento con calidad digital de audio y video. El 8 de diciembre de 1996 lanzó su segundo satélite, Galaxy VIII-i, con el cual amplió la capacidad de canales y novedosos servicios.

El servicio de Directv ofrece una mejor opción de programación en español para los países de habla hispana y en portugués para Brasil. El consumidor puede seleccionar mediante un menú de preferencias la más amplia variedad de entretenimiento transmitidos con imagen y sonido de calidad digital.

En México se cuenta con programación para satisfacer todos los gustos de cada uno de los miembros de la familia, con programas y canales exclusivos como Disney Weekend, el canales de fin de semana con la magia de Disney los partidos de la NFL, los canales de adultos Playboy Channel, Adultvisión y Clase canal único en Latinoamérica dedicado 100% a la educación, Directv Sports, un canal exclusivo dedicado a los deportes, así como los canales de Multivisión Mas, Zaz, Multipremier, Cine Latino y Multicinema.

Dentro de su programación cuenta también con canales de diversos países como la RAI de Italia, la BBC Del Reino Unido, TVE y Antena 3 de España, TV Chile y RTIP de Portugal.

Directv tiene a su disposición un Video Club con 23 canales de pago por evento, los cuales transmiten a través de *Cinedirect*, las mejores películas de Hollywood y *Directv event* con eventos internacionales de deportes, música y entretenimiento.

Es así como Directv se convierte en líder en el mercado de televisión vía satélite en América llegando su servicio a Estados Unidos, México, Centro y Sudamérica ofreciendo más valor al consumidor en términos de calidad, cantidad y variedad de programación

- Ventajas.

Directv es una tecnología probada y garantizada que, durante su primer año de lanzamiento en los Estados Unidos, rompió todos los récords de venta en la historia de los productos electrónicos, incluyendo el Compactó Disc

- Con el exitoso lanzamiento del segundo satélite Galaxy VIII-i, es el único sistema con una capacidad de transmisión de varios canales, que se fueron cubriendo paulatinamente, a partir de 1998.
- La selección de programación incluye canales exclusivos que no están disponibles en otros sistemas de televisión de paga, como Disney Weekend, Playboy, Directv Sports entre otros.
- El sistema cuenta con tecnología digital, ha sido diseñado para ser compatible con los avances tecnológicos del futuro.
- El sistema opera con todos los televisores.
- Calidad digital en audio y video (comparable al disco láser y el compacto), lo que significa que se puede disfrutar al máximo de la programación
- La antena de 60 cm. Es pequeña y fácil de instalar (en algunas regiones del país se requiere de mayor tamaño).
- El sistema le da acceso a un gran número de canales de videoclub en casa a través de su control remoto.
- Servicio de atención a clientes los 365 días del año.
- Posibilidad de programar hasta 4 listas de canales para que todos los miembros de la familia puedan disfrutar su programación favorita.

- El Sistema Consta De dos Componentes Fundamentales :

- El equipo: antena de 60 centímetros, control remoto y receptor digital.
- La programación: más de 100 opciones de programación digital para satisfacer los gustos de toda la familia, con la más alta calidad de audio y video y con cobertura a nivel nacional.

Características del Sistema.

- ***Guía de Programación en Pantalla***

El sistema Directv cuenta con una guía interactiva de programación en pantalla de fácil manejo, se puede consultar la programación canal por canal hasta con tres días de anticipación. Adicionalmente, puede programar las listas de sus canales favoritos, obtener una descripción del programa que desean ver o bien contratar la película o evento de elección a través de su control remoto.

- ***Control de Acceso a la Programación***

A través de la función candados y límites, se tiene la posibilidad de establecer control de los canales o programas a los que sus hijos tendrán acceso y fijar un monto máximo de consumo de películas y eventos especiales. Todo esto mediante un código personal. Los candados y límites puede ser modificada cada vez que usted lo desee

- **Selección del Idioma**

Esto le permite cambiar el idioma del audio, subtítulos o bien, del menú en pantalla (aplica para cierta programación)

- **Identificación de Canales.**

Con sólo oprimir un botón del control remoto, el sistema Directv le permite conocer el nombre del canal y del programa que usted está disfrutando, la hora del inicio y terminación del mismo, así como una sinopsis del programa, actores, director y fecha de realización.

- **Clasificación por Género.**

Le permite localizar y acceder al género de programación de su preferencia: películas, deportes, infantiles, noticias, series, y mucho más

- Servicios.

- * Televisión Digital
- * Video Club Digital
- * Estaciones de Radio Digital
- * La más alta calidad de audio y video digital.
- * Extraordinario variedad de programación digital en cantidad y género, de acuerdo a las necesidades y gustos de su familia.
- * Más películas y estrenos mensuales.
- * Disponibilidad en todo el país.
- * Contratación de PPV. Sólo Directv ofrece la comodidad de contratar cualquier evento en un promedio de 20 segundos con sólo oprimir un boto del control remoto.

* MDU'S, sistema de conexión múltiple, que permite conectar a una sola antena dos o mas decodificadores con independencia de programación cada uno. ideal para edificios y condominios.

* Asesoría y servicio vía telefónica a través del Centro Nacional de Atención a Clientes.

* Tarjeta Distinción - Un beneficio con el cual obtendrá descuentos al pagar en un gran número de tiendas comerciales y restaurantes entre otros

- La Suscripción a Cualquier Servicio de Direct Incluye:

- Antena con LNB
- Membresía anual (derecho de utilizar el equipo por un año)
- Instalación profesional estándar
- Deposito reembolsable
- I.V.A.

Más de 29 canales de contratación por evento.

Cine Directv, un servicio exclusivo que lleva hasta la comodidad de su hogar, los más espectaculares estrenos de Hollywood con sólo oprimir un botón de su control remoto.

CONCLUSIONES

A lo largo de la investigación podemos ver como durante casi 40 años el desarrollo de la televisión en la capital del país está en manos de solo dos protagonistas, el Estado y el consorcio privado (Televisa), este creado por la unión de cuatro canales

A partir de 1955, se empieza a conformar la Televisión en México, y desde sus inicios, se puede caracterizar como un medio de comunicación que le va a permitir al Estado mexicano ciertos niveles de control ideológico sobre la sociedad.

Telesistema Mexicano, después Televisión hasta constituir a Televisa, podemos plantear el proceso de formación de una Televisión al servicio del sistema político mexicano.

A través de ella el Estado establecerá con la sociedad mexicana un conjunto de vínculos ideológicos, mediante la transmisión y reforzamiento de una cultura política favorable a la estructura de poder.

Favorecida por el Estado Televisa agradece por medio de una programación que exaltará los "logros" del sistema y "descalificará" a los opositores

En todo este tiempo, en el que se inicia la televisión por cable (manejada por Televisa en el D.F.), realmente no se vislumbra cambio alguno en este medio de comunicación, el Estado, copiando el modelo de la televisión comercial y está siguiendo a su vez el modelo norteamericano.

En 1993, con la creación de Televisión Azteca, se inicia la competencia, fenómeno que desconocía Televisa, y para lo cual no estaba preparada. La nueva televisora apoyada por una fuerte inversión y con una nueva imagen publicitaria rápidamente se convierte en una nueva opción.

A la fecha Televisa no ha podido contrarrestar el crecimiento de su competidora al grado que le disputa la defensa de los "valores" de la sociedad mexicana.

TV Azteca, viene a fortalecer la imagen del estado, con una actitud de "crítica" a las políticas gubernamentales, y a la vez proyecta el compromiso del gobierno para con la sociedad.

La respuesta de Televisa todavía no se observa con claridad en los medios de comunicación masiva.

Multivisión surgió en 1989 como el tercer protagonista de la televisión en la capital del país. Aunque en esos momentos, a ciencia cierta no se sabía de que trataría o en donde estaba lo nuevo, se había dado a conocer que iniciaba con un sistema de transmisión en microondas y después, incluso, de diversas especulaciones sobre su difícil existencia teniendo como competidor a Televisa.

En cierta medida estas especulaciones tienen un fundamento pues durante cinco años Multivisión no logra salir al aire hasta que finalmente obtiene la concesión e inicia sus transmisiones regulares ingresando así a la historia de la televisión mexicana

Multivisión surge, desde el punto de vista técnico, como un sistema ya utilizado en nuestro país para los enlaces multipunto y después para la transmisión de señales de televisión

Este es el "Multipoint Multichannel Distribution Service" y como pudo apreciarse funciona en nuestro país al igual que en EUA. donde se le llama "wireless o cable sin cable", por presentarse como una opción, técnicamente hablando, ante el sistema por cable

A diferencia de la transmisión por este sistema, el MMDS no necesita del soporte físico que lleva la señal de televisión pues la onda viaja en una frecuencia de microondas sin necesidad del cable coaxial pero se requiere de una antena y equipo especiales que capten la señal y la traduzcan a una frecuencia más baja.

Con respecto a su otro antecedente, la antena parabólica o servicio de radiodifusión por satélite, aunque su frecuencia se inscribe en el rango de las microondas, la señal se recibe directamente del satélite y con la posibilidad, dependiendo del equipo, de tener acceso a un mayor número de canales a los ofrecidos tanto por la televisión abierta, el cable y restringida juntas.

Al utilizar Multivisión el MMDS, para su transmisión aparece como una opción más frente al cable pues no están cableadas todas las colonias de la capital y área metropolitana y frente a la antena parabólica por el costo que esta tiene

En cuanto a programación Multivisión a diferencia de la televisión abierta presenta buena parte de sus programas en Inglés, su señal es directa y en ocasiones diferida; algunas veces están dobladas o subtítuladas (con excepción de TNT donde la señal es transmitida tal cual llega y está en nuestro idioma.

En este rubro se asemeja al cable, en cuanto a contenidos, éste presenta la programación en su totalidad de origen norteamericano y algunos programas locales, pero con la variante de que Cablevisión tiene cada canal dedicado exclusivamente a una cadena estadounidense y Multivisión, excluyendo el canal 10 con TNT y 16 con ESPN selecciona programas de las diferentes cadenas que tiene contratadas para armar sus barras y en todas ellas con excepción del canal 3 se introducen programas de producción local y cápsulas informativas.

Desde el principio de la historia de la televisión mexicana, se siguió el modelo de nuestro vecino país del norte, primero fue su modelo comercial, su formato, sus programas y también el modelo de televisión de paga tanto el cable como el MMDS, el Pay Television y el Pay-Per View.

El Pay-Per View, en Multivisión ha funcionado al igual que en EUA, su éxito o consolidación de este servicio en México dependerá como se dijo, de la calidad de producto para que el público este interesado en hacer el desembolso e incluso se acostumbre a estar pagando para obtener el acceso a otros eventos que solo con presentarlos mediante este sistema.

Multivisión a diferencia de Cablevisión es una opción por varias razones técnica, para los operadores, para los anunciantes y sobre todo para el público. Desde el punto de vista técnico es una opción pues la banda de VHF y la de UHF ya están saturadas, si bien solo esta canal 22 al aire y el 28 de junio de 1991 se declaró susceptible al explotar el canal 40 del DF: hasta hace no mucho se inició el uso de esta frecuencia

Es por ello que quienes deseen participar en la televisión pueden utilizar la señal de microondas ante la escasez de frecuencias, como por ejemplo realizan las solicitudes de concesión que se han presentado en los estados para el uso de MMDS lo deben ver como una opción, de otra forma no las hubieran hecho.

Desde otro punto de vista, frente al cable este sistema (multi), no necesita del medio físico para la transmisión de la señal y por lo mismo, sobre todo para los operadores, representa un ahorro en el costo del mantenimiento del cableado para ofrecer una buena calidad de imagen.

Para los anunciantes, el que exista otro tipo de sistema de televisión les ofrece la posibilidad de tener acceso a otros públicos, de posibles compradores de sus productos y otras opciones en cuanto a tarifas para la contratación de tiempos para sus comerciales

Para el televidente el que existan más canales u otros canales es una opción a la que puede recurrir para encontrar, como lo señala McQuail, en la tipología de los usos y gratificaciones, información, identidad personal, integración e interacción social o de entretenimiento logrando así el motivo suficiente para ver la televisión

Lo anterior no lleva al principio de que Multivisión sea un tercer protagonista de la televisión pues el hecho de que aparezca otro sistema origina una competencia entre las grandes cadenas existentes para mantener la atención del público.

Competencia que se ha visto reflejada en el hecho de que Cablevisión comience a cablear zonas que desde un principio no las había tomado en cuenta así como la introducción de más canales o la nueva alternativa que se presenta a finales del año de 1996, como la introducción de las señales Directv y Sky, que vienen siendo una alternativa más para el televidente ya que sus opciones se elevan a más de 130 canales por señal bajada vía satélite.

Para estos momentos la competencia entre estas dos nuevas alternativas nos llevan una diferencia muy marcada ya que tienen poco de haber salido al mercado esta diferencia es de 10 a 8 en favor de Directv, esto es porque ofrece alternativas en canales de Audio, canales de video, avances en programación, entretenimiento general, infantil, deportes,

noticias, cultura, películas, ppv, etc.. También dan opción a escoger el idioma en el que se quiera escuchar el programa así como también sus costos y las facilidades para obtener este servicio.

En esta lucha el principal beneficiado es el televidente por dos razones: cada uno de los protagonistas debe dar lo mejor de sí para tener contento y satisfecho al auditorio y porque este al ser un servicio pagado, como cliente tiene todo el derecho de opinar sobre lo que le gusta ver, lo que está viendo y lo que le gustaría ver.

En los apartados que se presentan como narrowcasting y la perspectiva de las diferencias individuales en el trabajo presentado se refiere a que con el surgimiento de nuevos canales que no sean abiertos y a lo que se ha llamado fragmentación del público. Esto no lo hace el emisor pues este solo lanza la señal y el propio público es el que se fragmenta al elegir o no, aquí interviene lo explicado por las diferencias individuales porque intervendrá su propia formación como individuo por lo cual se inclinara por diversos motivos a contratar la señal o no.

Este mismo mecanismo de selección también se lleva a cabo en la televisión abierta, pues el televidente tiene la posibilidad de escoger el canal o programa de su elección, no teniendo que pagar por el servicio.

En la televisión restringida por ser un servicio pagado se necesita estar en continuo contacto con el cliente ya que gracias a este y a los sistemas de medición podemos saber que programas tienen más rating y cuales no para poder conformar barras de programación.

De los objetivos planteados para esta investigación está el de saber cuáles son las posibilidades a futuro de la señal de televisión restringida.

Esto nos lleva a formular la propuesta de que si los públicos pueden ser delimitados ya que es una señal que capta quien desee verla (previo pago). Esta frecuencia la podrían aprovechar universidades e instituciones que deseen participar para transmitir sus mensajes, con canales especializados para sus televidentes ya que ahora con este servicio los interesados serán quienes contraten al servicio y dependiendo de su calidad estarán dispuestos a hacer el gasto.

Esto porque utilizando la frecuencia de televisión abierta no le interesa más que a una minoría, entonces ¿Para que utilizar una frecuencia que solo será vista por unos cuantos con el riesgo de no encontrar el apoyo con carácter comercial? El manejar públicos concretos nos da la posibilidad de que nuestros mensajes serán recibidos por consumidores específicos para sus productos o servicios.

Una de las preguntas que nos planteamos fue ¿En que medida Multivisión se presenta como una opción de televisión si casi la totalidad de los programas transmitidos pueden ser vistos por cable (Sky) o captados con la antena parabólica?

La respuesta se puede dar en cuanto a los programas realizados por la empresa por ejemplo: se vio cuando se obtuvo la transmisión de los candidatos a la presidencia del país (debate político) cuando estuvo al alcance de los suscriptores de este sistema; otro ejemplo es el noticiero "Para Usted" como otro medio informativo para dar voz o difundir información desde otro punto de vista.

El camino que ha recorrido Multivisión es corto en comparación al de su competidor Cablevisión en la capital del país, si bien es el público el que determina si es una opción o no pudiendo marcar el cambio de la televisión existente en México.

BIBLIOGRAFIA

Bell Daniel Industria Cultural y Sociedad de Masas, Caracas, Monte Avila 1974.

Crovi Drueta Delia, La Televisión por Cable un Caso Mexicano, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Coordinación de Ciencias de la Comunicación, 1990.

Disposiciones Legales y Administrativas Vigentes Aplicables al Servicio de la Televisión por Cable, México, Publicaciones Telecomex, 1975.

Flores, S, J y Leobardo Conde, Televisión por Cable... ¿ Otro factor de integración de México?, México, Cuadernos del Ticom, Unam-x, 1979.

García Calderón Carola, Para Conectarse a Cablevisión, México, El Caballito, 1980.

González Treviño Jorge Enrique, Televisión y Comunicación, Editorial, Aihambra mexicana, México, 1992.

Los Medios de Comunicación de Masas, El gusto Popular y la Acción Social Organizada, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México 1969.

Los Medios y La Comunicación de Masas y la Influencia en la Sociedad y en la Cultura Contemporánea, Madrid Centro Investigaciones Sociológicas, siglo xxi, 1989.

Marcuse Hebert, El Hombre Unidimensional, civilización Moderna, siglo xx, México j, Mortiz 1968.

Matterlat Armand, La Industria Cultural no es una Industria Ligera; Hacia la Fase Superior del Monopolismo Cultural, Ed. Casa de las américas, la Habana, 1973.

Matterlat Armand, Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis, México, Siglo xxi, 1981.

Mcquail Dennis Hacia una Sociología de los Medios Masivos de Comunicación, Chicago University of Chicago, 1969.

Moragas, Spa de Míguel, Teorías de la Comunicación y Aspectos Sociales Barcelona g. 1984, 1981.

P. Albert Y Aj tudesq, Historia de la Radio y la Televisión en México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

Richieri G, La Televisión, entre Servicio Público y Negocio, Barcelona España, Ed. Gustavo Gili, 1983.

RTC, Compilación Jurídica de Radiodifusión, México, RTC, Dirección de Radio Televisión y Cinematografía - Dirección de Radio, 1982.

Canitec, Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable de México.
Directorios, 1980, 1981.

Cable Notas, Septiembre de 1982.

ADCEBRA, Ed. Cecilia Bouleau, núm. 3, Marzo 1994.

ADCEBRA, Ed. Cecilia Bouleau, núm. 5 Mayo 1994.

ADCEBRA, Ed. Cecilia Bouleau, núm. 6 Junio 1994.

ADCEBRA, Ed. Cecilia Bouleau núm. 8 Agosto 1994.

ADCEBRA, Ed Cecilia Bouleau núm. Edición Especial 1994/95

HEMEROGRAFICA

Diario Oficial de la Federación, 18 de agosto de 1980, México.