

69
2ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
Y SOCIALES

EL PROYECTO DTH-MÉXICO (SKY) DE LA ALIANZA DE TELEVISA-GLOBO-NEWS-CORP-TCI (ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS Y LA APLICACIÓN DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES)

**TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN
RELACIONES INTERNACIONALES
PRESENTA**

LILIANA ORTEGA LÓPEZ

Ciudad Universitaria, 1997



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.



SKY

ENTERTAINMENT SERVICES



News Corporation

TCI²

**Tele-Communications
International, Inc.**

Este trabajo está dedicado *a mis padres*, de quienes siempre he recibido amor, apoyo incondicional y sabio consejo, y a quienes admiro y amo entrañablemente.

A mis hermanos Gaby, Fer y Alex, y a mi sobrina Karen, a quienes amo profundamente; *a mis abuelos* por su amor y protección dondequiera que se encuentren.

A Raúl, por su amor, motivación y crítica constructiva, paciencia y alegría.

A mis jefes y compañeros de trabajo, actuales y anteriores, por sus enseñanzas, amistad y apoyo en la elaboración de este trabajo y por estar dispuestos a escucharme siempre.

A Televisa, ya que en esta empresa he aprendido a respetar el trabajo de cada persona por sencillo que sea.

A la memoria de Don Emilio Azcárraga Milmo, por haber enaltecido el nombre de Televisa y México en el mundo y por su profundo interés en las comunicaciones vía satélite.

A mis amigos que se encuentran cerca y lejos.

A todos mis profesores quienes con su experiencia y conocimientos, me guiaron en la elaboración de este trabajo y a lo largo de mi carrera.

Y, desde luego, *a Dios* por todo lo anterior y mucho más.

Muchas gracias

ÍNDICE

Introducción	1
1. Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones	5
1.1 El Comercio Internacional de Servicios dentro de la actual dinámica de la globalización	7
1.2 El Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones	13
1.2.1 Los servicios de telecomunicaciones	14
1.2.2 Las aplicaciones de los satélites de comunicación	18
1.2.3 Servicio de televisión directa al hogar vía satélite o DTH (<i>Direct-To-Home</i>)	22
1.2.3.1 La experiencia del DTH en Estados Unidos	23
1.2.3.2 La introducción del DTH en México	25
1.2.3.3 Capacidad satelital de México para el servicio DTH	28
2. Regulación aplicable en materia de telecomunicaciones	31
2.1 <i>Ley Federal de Telecomunicaciones</i>	36
2.1.1 Regulación sobre Servicios de Red Pública de Telecomunicaciones	37
2.1.2 Regulación sobre títulos de concesión	37
2.1.3 Regulación sobre acuerdos de reciprocidad	38

2.2 Acuerdo de reciprocidad satelital entre México y Estados Unidos para el servicio DTH	40
3. Proyecto DTH-México (Sky) entre Televisa, Globo, News Corp. y TCI.	42
3.1 Características de las empresas involucradas en la alianza <i>Televisa-Globo-News Corp.-TCI</i>	45
3.1.1 La presencia de <i>Grupo Televisa, S.A.</i> en los medios de comunicación en México y el mundo	45
3.1.2 La participación de <i>Organizações Globo</i> en las comunicaciones internacionales	50
3.1.3 Los negocios de <i>The News Corporation Limited</i> dentro del mundo de las comunicaciones	52
3.1.4 La participación de <i>Tele-Communications International, Inc.</i> en los sistemas internacionales de comunicación	52
3.2 Consideraciones sobre el aspecto comercial del proyecto DTH-México	58
3.2.1 Características y objetivos del proyecto DTH de <i>Televisa-Globo-News Corp.-TCI</i>	58
3.2.2 Inversión de <i>Televisa</i> y otras empresas que pretenden brindar el servicio DTH en México	61
3.3 Consideraciones sobre la regulación del proyecto DTH-México	63
Conclusiones y recomendaciones	66
Fuentes documentales, bibliografía y hemerografía	70

Índice de cuadros

Cuadro 1 Exportaciones mundiales de servicios	11
Cuadro 2 Exportaciones de servicios de México	17
Cuadro 3 Importaciones de servicios de México	17
Cuadro 4 Satélites lanzados por México	30
Cuadro 5 Legislación sobre telecomunicaciones	34
Cuadro 6 Contribución por división a las ventas netas de Grupo Televisa en 1995	50
Cuadro 7 Industria de TV de paga en América Latina	55

INTRODUCCIÓN

Dentro del marco de la globalización de las relaciones comerciales, la presente investigación hará referencia a algunos aspectos del proyecto DTH¹- México, denominado *Sky Entertainment Services (Sky)*, de la alianza de *Televisa, Globo, News Corporation* y *TCI*, empresas de comunicación de la iniciativa privada de México, Brasil y Estados Unidos respectivamente.

Sky es un servicio de telecomunicaciones internacionales, por ello será estudiado desde la perspectiva del Comercio Internacional de Servicios (CIS) en telecomunicaciones. Asimismo, el DTH en México entra dentro de la categoría jurídica de "red pública de telecomunicaciones", por lo que esta investigación también hará referencia a ciertos aspectos de su regulación conforme a la *Ley Federal de Telecomunicaciones*.

Así, este estudio de caso se centra en la referencia a los artículos de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* que tienen una influencia directa sobre la legislación del proyecto DTH-México, es decir, aquéllas que regulen el otorgamiento de títulos de concesión para redes de servicios públicos de telecomunicaciones, uso de satélites, la transmisión de señales directas de televisión vía satélite y un acuerdo de reciprocidad en materia de transmisión satelital para DTH entre Estados Unidos y México.

México ya ha dado pasos concretos en la modernización y liberalización de su marco jurídico en materia de telecomunicaciones con el fin de acceder con éxito a la nueva dinámica del comercio

¹ Las siglas DTH significan *Direct-To-Home* en inglés. En español puede traducirse literalmente como "directo al hogar". El servicio DTH se refiere a las señales de televisión que se transmiten directamente de un satélite al hogar de la persona que las recibe. A lo largo de esta investigación se utilizarán las siglas en inglés. Este es un concepto nuevo en ambos idiomas; de hecho, en México no aparece este término en ninguna ley nacional dentro del marco jurídico de las telecomunicaciones.

internacional, el cual ofrece, en el Comercio Internacional de Servicios, amplias posibilidades de crecimiento económico haciendo uso de los avances tecnológicos para proporcionar servicios novedosos.

Las ventajas comparativas de *Televisa*, *Globo*, *News Corporation* y *TCI*, la aplicación de la alta tecnología y la aportación de capital para la creación de esta alianza, ofrecen amplios beneficios a dichas empresas, convirtiendo el Proyecto *Sky* en un negocio prometedor dentro del mercado mexicano de la televisión restringida en el futuro.

En la actualidad, la disciplina de las Relaciones Internacionales reconoce la importancia de las telecomunicaciones y las empresas transnacionales como actores de las mismas, ya que la realidad internacional se halla inmersa en un mecanismo de globalización e interdependencia cada vez mayor. Las leyes y las políticas comerciales resultan fundamentales para que servicios como el DTH tengan acceso a mercados como el nuestro. Así, es sumamente importante que el internacionalista conozca algunos de los mecanismos y una parte de la importancia de la relación entre normatividad y viabilidad del Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones en proyectos de DTH como el que llevan a cabo *Televisa*, *Globo*, *News Corp.* y *TCI*.

En las relaciones internacionales existe una creciente participación de la alta tecnología y la comunicación vía satélite. Asimismo, la televisión es, sin duda alguna, uno de los medios de comunicación más importantes, ya que es a través de ésta como se logra una mayor rapidez en la información y una mayor cobertura a nivel mundial de los acontecimientos más recientes. La necesidad de México de tener acceso a la tecnología de punta en materia de telecomunicaciones se encuentra ante la paralela urgencia de regular donde existen escollos legislativos, y desregular donde los trámites administrativos entorpecen la aplicación de la ley. México debe actualizar el marco

jurídico que normará el comercio internacional de señales directas de televisión vía satélite en la actualidad y en el futuro.

Así, el estudio del DTH, desde la perspectiva del Comercio Internacional de Servicios y de la ley que lo regula, brindará una mayor visión de los factores que influyen y se involucran en la innovación de los servicios de telecomunicaciones internacionales. Las consideraciones de tipo jurídico, dentro de las cuales se lleva a cabo un proyecto de telecomunicaciones entre varias empresas transnacionales, constituyen el eje conductor que guía el intercambio comercial de un servicio tal como son las señales directas de televisión vía satélite; es por ello que, para los estudiosos de las Relaciones Internacionales, es importante conocer algunos mecanismos de la relación entre normatividad, desarrollo tecnológico y comercio.

Lo anterior nos lleva a la discusión de si el marco jurídico mexicano actual en materia de telecomunicaciones, que rige el Comercio Internacional de Servicios de señales directas de televisión vía satélite, obstaculiza o abre libre paso al comercio internacional de este servicio, para así identificar la situación de la normatividad correspondiente.

Esta investigación explicará la importancia de la conjugación de la alta tecnología, la normatividad y el capital para desarrollar sistemas de telecomunicaciones competitivos dentro del marco de la globalización.

Así, este estudio demostrará que el ámbito jurídico que regula el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones en México para este tipo de servicios no es, hasta este momento, lo suficientemente amplio y específico, ya que la *Ley Federal de Telecomunicaciones* es relativamente novedosa y requiere de reglamentación. Además, esta investigación demostrará que la inserción de México en la dinámica actual del Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones exigirá una constante actualización del

marco jurídico que regula las telecomunicaciones, debido a la velocidad a la que éstas se desarrollan.

Esta investigación está compuesta por tres capítulos. El primero describe el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones y su relación con el fenómeno de la globalización. Asimismo, explica cuáles son los servicios de telecomunicaciones, las aplicaciones de los satélites de comunicación y qué es la señal directa de televisión vía satélite o DTH (*Direct-To-Home*). También explica la experiencia del servicio DTH en Estados Unidos, la introducción del DTH en México, y la capacidad satelital actual de nuestro país para servicios de telecomunicaciones modernas.

El segundo contempla algunos artículos de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* que se relacionan directamente con el servicio DTH, tales como la regulación sobre servicios de red pública de telecomunicaciones, títulos de concesión y acuerdos de reciprocidad satelital. Asimismo, destaca los puntos más sobresalientes del acuerdo bilateral de reciprocidad satelital entre Estados Unidos y México, de abril de 1996.

Finalmente, el tercero describe algunas de las ventajas comparativas, características y trayectoria de *Grupo Televisa, S.A., Organizações Globo, The News Corporation Limited* y *Tele-Communications International, Inc.* Asimismo, este capítulo contiene algunas consideraciones de tipo comercial y jurídico del DTH en México.

1. COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS EN TELECOMUNICACIONES

Cuando las generaciones pasadas decían "antes no existía el teléfono o la televisión", hablaban de una época lejana en la que los servicios de comunicación en verdad eran mínimos; no obstante, si ahora esta generación dice "antes no se podía mandar un fax o establecer una conferencia telefónica múltiple o recibir señales de televisión directamente de los satélites al hogar", no se refiere a decenas de años atrás, sino tan sólo a unos tres o cinco años. El rápido avance de la tecnología y las economías de escala permiten que los servicios de telecomunicaciones² sean cada día más comunes en la vida cotidiana, a tal grado que ya ni siquiera es sorprendente o novedoso recibir un mensaje por radio electrónico, contestar el celular en cualquier parte o conectarse a *Internet*, por mencionar algunos de los múltiples servicios de telecomunicaciones de valor agregado.³ Así, la aplicación de la nueva tecnología y la expansión del mercado mundial han abierto nuevas oportunidades para la competencia entre las industrias productoras de servicios, en términos generales, y entre las de servicios de telecomunicaciones en particular.

² A lo largo de esta investigación, se entiende por *telecomunicaciones* "toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúa a través de hilos, radioelectricidad, medios ópticos, físicos u otros sistemas electro-magnéticos." *Ley Federal de Telecomunicaciones*, Cap. I, Art. 3o., Fracc. XIV, en *Ley de Vías Generales de Comunicación*, Editorial Porrúa, México, 1996, p. 451.

³ Son servicios de valor agregado "los que emplean una red pública de telecomunicaciones y que tienen efecto en el formato, contenido, código, protocolo, almacenaje o aspectos similares de la información transmitida por algún usuario y que comercializan a los usuarios información adicional, diferente o reestructurada, o que implican interacción del usuario con información almacenada." Algunos ejemplos de servicios de valor agregado son: correo electrónico, transmisión de datos a altas velocidades y manipulación de datos a altas velocidades. *Idem*.

La nueva dinámica del Comercio Internacional de Servicios ha provocado que algunos países, como Estados Unidos, hayan tenido que agilizar el proceso de desregulación⁴ sobre sectores significativos de las industrias de servicios como las telecomunicaciones.⁵ Con esta desregulación de los reglamentos nacionales se busca que los temas como las normas para la competencia en el mercado, las distorsiones introducidas por las restricciones gubernamentales y las interacciones entre los mercados competitivos y los monopolios, resulten familiares y más accesibles para los funcionarios de la política comercial, así como para el empresario.⁶ Asimismo, se busca que la desregulación sea práctica y brinde beneficios a las economías.

Esta dinámica, caracterizada por los fenómenos de la globalización y la interdependencia de los mercados, hace que el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones no sólo sea un tema de suma importancia para el internacionalista, desde el punto de vista teórico, sino también desde el punto de vista práctico, ya que las telecomunicaciones son una realidad que invade a la comunidad internacional y, por ello, la conjugación de análisis teórico y práctico en las relaciones internacionales exige la revisión de los mecanismos de acceso a la alta tecnología, del marco jurídico que regula el Comercio Internacional de Servicios y de la competencia.

⁴ El término *desregulación* es un anglicismo moderno que significa "la tendencia a la supresión de requisitos administrativos para la consecución de los trámites de esa naturaleza". Ver Leonel Perezniño Castro, *Derecho Internacional Privado*, Editorial Haria, Sa. ed., México, 1991, p. 166.

⁵ El 8 de febrero de 1996, el 104 Congreso de Estados Unidos aprobó la *Ley de Telecomunicaciones de 1996* con el fin de "promover la competencia y reducir la regulación para asegurar servicios a precios menores y de mejor calidad para los consumidores estadounidenses de telecomunicaciones y motivar el rápido desarrollo de nuevas tecnologías." Asimismo, esta ley promoverá la competencia equitativa en la multimillonaria industria de las telecomunicaciones. *Telecommunications Act of 1996, Description and Status of S. 652*, Estados Unidos, 8 de febrero de 1996 (cita traducida por el autor).

⁶ Geza Feketeakuty, *Comercio Internacional de Servicios*, Editorial Gemika, México, 1990, p. 79.

1.1 El Comercio Internacional de Servicios dentro de la actual dinámica de la globalización

La disciplina de las Relaciones Internacionales, dentro de las teorías neorrealista, interdependentista y globalista,⁷ reconoce que la realidad internacional está caracterizada por la presencia de actores no estatales que influyen amplia y directamente en la dinámica internacional. Entre estos actores destacan las empresas transnacionales, las bolsas de valores y las organizaciones internacionales de distintas índoles, como las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), que pueden ser grupos ecologistas, sindicatos, iglesias y organizaciones filantrópicas, entre otras. En relación a esto, Edward W. Ploman piensa que "tradicionalmente, el análisis de las relaciones internacionales se enfoca casi exclusivamente en las actividades de los Estados, en lo que se refiere al equilibrio de potencia, seguridad militar y otros varios elementos de la 'alta' política internacional, pero en los últimos años ha habido que ampliar la teoría de las relaciones internacionales. (...) Durante los últimos años, el avance de la ciencia y la tecnología y sus implicaciones han creado nuevos problemas y nuevas oportunidades. Las comunicaciones por satélite, que se ubican en la intersección de las nuevas tecnologías de información y comunicación y las actividades del espacio ultraterrestre, son uno de los mejores ejemplos de ese nuevo tipo de problemas con que se enfrenta la comunidad internacional".⁸

El fenómeno de la globalización abarca varias áreas de la actividad internacional, tales como la económico-política, la social y la cultural, y desde luego, también deja ver sus efectos dentro del área del Comercio Internacional de Servicios y de las telecomunicaciones internacionales. Ningún país puede pretender un pleno

⁷ Estas teorías se fundamentan en el paradigma no estatocéntrico de las Relaciones Internacionales. Los interdependentistas reconocen el surgimiento de nuevos actores en las relaciones internacionales; así, el Estado ya no es el único actor principal, por lo tanto las cuestiones de carácter político-militar no serán el foco exclusivo de atención del internacionalista, ya que surge una nueva agenda internacional entre cuyos puntos destacan las comunicaciones, el comercio, las ONG's, etc.

⁸ Edward W. Ploman, *Satélites de Comunicación*, Editorial G. Gili, México, 1985, pp. 165-166.

desarrollo si está al margen de los avances tecnológicos y cierra sus puertas al comercio exterior. Así, Rafael Velázquez Flores, en su libro *Introducción al Estudio de la Política Exterior de México*, explica que este fenómeno de globalización e interdependencia que caracteriza al mundo desde finales de la década de los ochenta hasta nuestros días, abarca aspectos como "la internacionalización de los capitales financieros, la globalización de los procesos productivos y de los servicios, la conformación y fortalecimiento de bloques comerciales regionales, la reducción de las barreras arancelarias y la aparición de nuevos obstáculos al comercio, la creciente aplicación de la innovación tecnológica en los procesos productivos para mejorar la productividad y elevar la calidad de los productos, un creciente desarrollo en las telecomunicaciones y los transportes, una mayor interdependencia respecto al mercado de las materias primas, un aceleramiento de la migración internacional, y el surgimiento de nuevas fuentes de insumos, entre otras particularidades."⁹

Dentro de este proceso de globalización, las telecomunicaciones y los avances científicos y tecnológicos son elementos utilizados por los actores de las relaciones internacionales, principalmente las empresas transnacionales, las cuales han penetrado de manera importante en mercados como el de Europa Oriental que anteriormente estaban cerrados al exterior. En la actualidad, estas empresas son interdependientes en varias formas: el uso y la transferencia de tecnología, la inversión extranjera y la opción del crecimiento económico que ofrece la creación de *joint ventures*.¹⁰ Asimismo, las empresas transnacionales han sido prácticamente las responsables de la globalización económica, valiéndose de las políticas neoliberales¹¹ de los Estados.

⁹ Rafael Velázquez Flores, *Introducción al Estudio de la Política Exterior de México*, Editorial Nuestro Tiempo, México, 1995, pp. 162-163.

¹⁰ *Joint venture* significa "empresa colectiva", es decir, una empresa formada por dos o más compañías con el fin de llevar a cabo nuevos negocios.

¹¹ Se entiende por "neoliberalismo" al conjunto de políticas económicas que permiten una mayor apertura de las fronteras al comercio exterior y una menor participación del Estado en las fuerzas del mercado.

El proceso de neoliberalización económica en materia de servicios se ha acelerado en México en los últimos años. A pesar de que en materia de servicios la liberalización fue mucho menor que la de bienes durante la segunda mitad de los ochenta y los primeros de los noventa, la tendencia hacia la apertura comercial hizo posible que en 1989 se expidiera el *Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera*¹² el cual flexibiliza las posibilidades de presencia comercial para la prestación de un número importante de actividades de servicios. A partir de 1993¹³ cobró mayor fuerza este proceso de liberalización de servicios, los cuales formaron parte de las negociaciones del *Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)* y de los tratados con Costa Rica, Colombia y Venezuela y Bolivia. También formaron parte de la *Ronda Uruguay del GATT* (celebrada entre 1986 y 1993).¹⁴ Los resultados de estas negociaciones y las medidas tomadas autónomamente han liberalizado considerablemente el sector de los servicios en nuestro país.¹⁵

¹² La *Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera* se expidió el 9 de marzo de 1973. Esta ley reguló la inversión extranjera, impidiendo que el monto de la inversión creciera como se esperaba, por lo que se tuvo que recurrir a la inversión indirecta, a través del financiamiento internacional, lo cual llevó a México a un incremento de la deuda externa. A partir de la crisis de 1982, durante la cual el financiamiento internacional fue casi nulo, el gobierno mexicano vio la necesidad de incrementar la inversión extranjera directa, iniciando así una nueva etapa de liberalismo en materia de inversión extranjera. "Tal etapa se inicia a partir de la publicación de la *Resolución general que sistematiza y actualiza las resoluciones generales emitidas por la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras*, el 3 de febrero de 1988, derogada más tarde cuando el 16 de mayo entró en vigor el nuevo reglamento de inversiones extranjeras". Ver Leonel Pérezniño Castro, *Derecho Internacional Privado, Op. Cit.*, p. 138.

¹³ El 27 de diciembre de 1993 se publicó en el *Diario Oficial* de la Federación la *Ley de Inversión Extranjera*. Esta ley tiene por objeto determinar las reglas para canalizar la inversión extranjera hacia México y propiciar que ésta contribuya al desarrollo nacional (Art. 1o.). Asimismo, "La inversión extranjera podrá participar en cualquier proporción en el capital social de sociedades mexicanas, adquirir activos fijos, ingresar a nuevos campos de actividad económica o fabricar nuevas líneas de productos, abrir y operar establecimientos, y ampliar o relocalizar los ya existentes, salvo por lo dispuesto en esta ley." (Art. 4o.) Entre las actividades reservadas al Estado, por considerarse estratégicas se encuentran las comunicaciones vía satélite y la radiotelegrafía (Art. 5o.). Ver *Ley de Inversión Extranjera en Estatuto Legal de los Extranjeros*, Editorial Porrúa, México, 1994, pp. 201-214.

¹⁴ "Durante la Ronda Uruguay se negoció el *Acuerdo General de Comercio de Servicios* (GATS, por sus siglas en inglés), que regula el Comercio Internacional de Servicios de la misma manera que el GATT lo hacía en materia de bienes. El GATT y el GATS forman parte de las reglas de la *Organización Mundial del Comercio*." Ver Fernando de Mateo y Françoise Camer, "Los Servicios en la Ronda Uruguay", *Comercio Exterior*, Vol. 44, No. 12, Banco Nacional de Comercio Exterior, México, diciembre de 1994.

¹⁵ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", en *Comercio Exterior*, Vol. 46, No. 2, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., México, febrero de 1996, p. 145.

Así, México no sólo ha tenido que flexibilizar su política comercial hacia el exterior, sino que también ha tenido que llevar a cabo significativas modificaciones en su marco jurídico en materia de comercio exterior¹⁶ para que exista una coherencia y correspondencia entre las demandas del exterior y las internas. Este proceso ha sido sumamente doloroso para México, tanto en términos económicos como sociales, ya que los ajustes económicos han puesto a prueba a un gran número de empresas nacionales, antes favorecidas por una política comercial proteccionista, y han tenido que enfrentar con pocas armas la difícil competencia internacional.

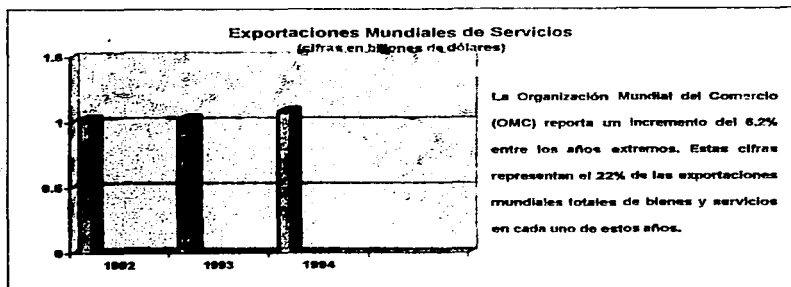
Por otra parte, es importante señalar que este proceso de liberalización de la economía mexicana, caracterizado por la tendencia hacia la desregulación en materia de inversión extranjera y comercio, resultará en un régimen jurídico de amplia permisión. Asimismo, la búsqueda de acuerdos internacionales en materia de servicios continuará perfeccionándose en la medida que siga ofreciendo nuevas opciones de crecimiento y desarrollo económico.

Existe, pues, un cambio en la estructura y funcionamiento de los mecanismos de interacción internacional. Los servicios se mueven a lo largo y ancho de las fronteras y su comercio es necesario, más que casual. Esta movilidad transfronteriza de los servicios hace posible que su comercio sea cada vez de mayor volumen y adquiera una mayor importancia dentro del desarrollo económico de los países. Los servicios, que van actualmente desde un corte de cabello hasta la transmisión de señales directas de televisión vía satélite, representan cada día una parte mayor del PIB de las naciones desarrolladas y, en los países en vías de desarrollo, crece cada día más el sector servicios de la economía. "Se ha dicho, no sin razón, que el motor del crecimiento económico mundial ha dejado de ser la

¹⁶ El 27 de julio de 1993 se publicó en el *Diario Oficial* de la Federación la *Ley de Comercio Exterior*, la cual, en su Art. 10., establece que "tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, proporcionar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población". Ver *Ley de Comercio Exterior* en *Estatuto Legal de los Extranjeros, Op. cit.*, pp. 299-335.

energía barata para tomar su lugar la información instantánea, también barata, complementada con los nuevos conceptos de organización y la aplicación de conocimientos cada vez más especializados. Además, estas nuevas tecnologías son en buena medida responsables del surgimiento de la economía global.¹⁷ De hecho naciones como Estados Unidos son "economías de servicios" debido a la importancia económica de este sector (ver cuadro 1). Así, el Comercio Internacional de Servicios es cada vez mayor y adquiere más importancia, ya que a través de esta actividad las naciones tienen acceso a servicios como los que ofrecen los satélites, las redes de computación, la telefonía celular o el aprendizaje interactivo de idiomas extranjeros. Esta dinámica hace que el Comercio Internacional de Servicios sea un tema de gran importancia para las Relaciones Internacionales y sus estudiosos.

Cuadro 1¹⁸



¹⁷ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 139.

¹⁸ Organización Mundial del Comercio, *El Comercio Internacional 1994*, Ginebra, 1995. Ver Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 140.

Un estudio realizado por una agencia de gobierno de Estados Unidos demuestra que "las industrias de servicios desempeñan cada día un papel más importante en la economía mundial. El reto que enfrentan los gobiernos es encontrar mecanismos que permitan a las naciones trabajar juntas para que el comercio de servicios promueva un crecimiento más fuerte en producción y productividad, al mismo tiempo que se toman en cuenta los ajustes económicos necesarios."¹⁹ Por ello, el desarrollo del Comercio Internacional de Servicios en nuestros días, no consiste sólo en exportar e importar; sino que necesita una revisión de los procedimientos legales, de las técnicas de negociación y de los caminos de acceso a los mercados. En el caso de las telecomunicaciones, por ejemplo, existen implicaciones de tipo político y legal, además del económico, es por eso que las naciones buscan los canales adecuados y llevan a cabo las modificaciones necesarias en sus marcos jurídicos y en sus políticas comerciales para incrementar su comercio con el exterior.

¹⁹ *US National Study on Trade Services: a submission by the U.S. Government to the GATT*, U.S. Government Printing Office, 1984, p. 10 (cita traducida por el autor).

1.2 El Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones²⁰

La conjugación de los factores capital, desarrollo tecnológico y científico y comercialización es lo que permite que las telecomunicaciones sean cada día más accesibles en términos de costos, y los beneficios económicos que ofrecen sean sumamente atractivos, tanto para los gobiernos como para las empresas transnacionales. Las empresas invierten enormes cantidades de capital en sistemas de cómputo y de telefonía, y los Estados en infraestructura de telecomunicaciones que les brinden acceso al desarrollo económico y tecnológico. Las relaciones internacionales se vuelven más dependientes del rápido acceso a la información de alta calidad; por ello, el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones, ante todo, está encaminando las relaciones internacionales hacia un sistema de comunicación global. "El incremento del uso de las computadoras y las tecnologías de comunicación, las cuales están creando un sistema global de comunicación, es (sic.) uno de los factores responsables de la expansión del comercio de servicios. Esta red de comunicación mundial integrada ha ampliado los horizontes del comercio, tanto de mercancías como de servicios."²¹ Así, la aplicación de la alta tecnología al comercio, la medicina, las comunicaciones, el transporte y hasta la diversión en el mundo entero, hace a las naciones menos desarrolladas dependientes de aquéllas más desarrolladas que cuentan con una infraestructura de producción de tecnología. El Comercio Internacional de Servicios requiere no sólo de la transferencia de tecnología, sino también del *know-how*,²² el cual es en sí mismo un

²⁰ El término "servicio de telecomunicaciones" significa "el ofrecimiento de telecomunicaciones por una cuota directamente cargada al público, o a tales clases de usuarios para que esté eficazmente disponible directamente al público, sin importar los medios utilizados". *Telecommunications Act of 1996*, Estados Unidos, Sección 3 *Definitions* (51), *Op. cit.*, (cita traducida por el autor).

²¹ *US National Study on Trade Services: a submission by the U.S. Government to the GATT*, *op. cit.*, p. 10 (cita traducida por el autor).

²² El *know-how* es un "saber técnico práctico, capaz de llevar a efecto, de la mejor manera económicamente competitiva, una idea industrial" (Ancona Zorraquín). Este *saber hacer* presupone un *saber* de conocimientos no patentados y con frecuencia resulta determinante para el desarrollo industrial de una invención". Ver Leonel Péreznielo Castro, *Derecho Internacional Privado, Op. cit.*, p. 172.

servicio. De igual manera, la aplicación de la tecnología implica la colocación de capital extranjero, sobre todo en países menos desarrollados, por lo que la inversión extranjera también se convierte en un tema de interés tanto económico como político y jurídico, lo cual es el caso de México.

1.2.1 Servicios de telecomunicaciones

Las telecomunicaciones son un servicio básico que facilita la prestación de servicios producidos por otros sectores al mismo tiempo que elabora y presta sus propios servicios particulares. Al hablar de telecomunicaciones es importante distinguir los elementos principales de las mismas. Tales son: equipos, servicios e información.²³ Los equipos constituyen la infraestructura de las telecomunicaciones y se componen de instalaciones de transmisión (cables, ya sea de cobre, coaxiales o de fibra óptica, satélites, equipos de cómputo, antenas transmisoras, etc.) y de equipo de recepción (modems, antenas de varios tipos, un aparato telefónico, o cualquier equipo que se encuentre en el local del usuario). Un servicio es la prestación de telecomunicación y requiere de la presencia de equipo para llevarse a cabo. Comúnmente, los servicios se dividen en básicos y ampliados. Los servicios básicos son los de telefonía local y los ampliados son aquellos "que utilizan aplicaciones de la elaboración por computadoras que afectan al formato, el mensaje, el protocolo o aspectos similares de la información transmitida de un abonado; ofrecen al abonado información adicional, diferente o reestructurada o suponen la interacción del abonado con información almacenada".²⁴ Ahora bien, la información es el contenido de los mensajes transmitidos por medio de la telecomunicación. No obstante, es difícil distinguir con precisión entre servicios e información debido al vínculo tan íntimo que existe entre ellos.

²³ Ver G. Russell Pipe, ensayo sobre "Los servicios de telecomunicaciones: consideraciones para los países en desarrollo en las negociaciones de la Ronda Uruguay" en *Comercio de Servicios, Problemas Sectoriales*, Organización de Naciones Unidas (ONU), Nueva York, 1991, pp. 62-63.

²⁴ *Computer Inquiry (1980)*, Federal Communications Commission (FCC), Washington.

Así, el servicio DTH implica estos tres elementos de las telecomunicaciones: el empleo de equipo como satélites, decodificadores, antenas y equipos de cómputo; es un servicio, ya que por medio de éste se proporcionan programas a través de señales que viajan desde el satélite al hogar del usuario, y, desde luego, lleva implícita una gran cantidad de información.

Este sector terciario de las economías ha encontrado, en el mejoramiento de las telecomunicaciones, nuevos servicios de infraestructura para el desarrollo. Las telecomunicaciones, un servicio que va desde la telefonía hasta la transmisión satelital²⁵, constituyen una fuente de desarrollo económico de suma importancia, ya que además de los beneficios que ofrecen son también el lazo que vincula a las naciones en muchos de sus ámbitos de conexión con el exterior. "Un país que no cuente con los nuevos y múltiples servicios telemáticos en el mundo actual tiene muy pocas posibilidades de desarrollarse. Además, estos nuevos servicios son los que han permitido el rápido desarrollo de nuevas tecnologías. Estas y los servicios infraestructurales han determinado una amplia disponibilidad de servicios, tanto nuevos como mejorados, que se pueden obtener en el mercado."²⁶

En nuestro país, durante la etapa de sustitución de importaciones de servicios en los años treinta, las importaciones de servicios de telecomunicaciones estaban muy restringidas. Era necesario que la mayoría del equipo de cómputo y de transmisión estuviera establecido dentro del territorio de la República Mexicana. Esta política pretendía incentivar a las empresas nacionales para que desarrollaran y proporcionaran estos servicios.²⁷ Sin embargo,

²⁵ "El negocio de servicios de telecomunicaciones (incluye telefonía local, larga distancia, transmisión de datos, enlaces satelitales y otros servicios de valor agregado) en México se valúa actualmente en cerca de US\$9 milardos (un millardo es igual a un millón de millones), casi la mitad de esta suma, atribuible a larga distancia." "DTH y Telefonía", en *ADCEBRA*, No. 50, Editorial La Cebra, S.A. de C.V., México, abril, 1996, pp. 1 y 58.

²⁶ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 139.

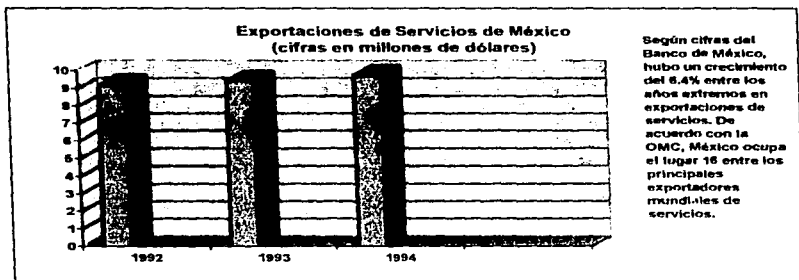
²⁷ *Ibid.*, p. 142.

México fue incapaz de crear su propia infraestructura de desarrollo tecnológico a los mismos niveles de competitividad internacional y, a partir de la década de los ochenta, comenzó a liberalizar su mercado al exterior con el afán de tener acceso a la tecnología de punta proveniente del exterior. Así, como parte de la apertura comercial de nuestro país, el 9 de enero de 1990 se expidió el *Reglamento de la Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas*.²⁸ Con este nuevo reglamento, el gobierno mexicano pretende desregular los trámites administrativos para los convenios de transferencia de tecnología, ya que como apunta Leonel Pereznieto, el artículo 53 de dicho reglamento, "establece varios criterios, de amplia libertad, conforme a los cuales, por vía de excepción, la autoridad -es decir la *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial*- podrá interpretar las restricciones establecidas en los artículo 15 y 16 de la ley y otorgar el registro a los contratos o convenios en la materia."²⁹ Así, México busca nuevos canales de acceso a la tecnología de punta y a los servicios de telecomunicaciones a través de la liberalización de su economía y mediante la desregulación de su marco jurídico, justamente en materia de servicios; tal es el caso de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* (ver cuadros 2 y 3).

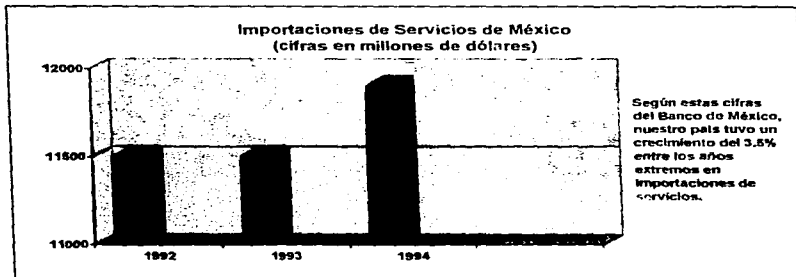
²⁸ El 30 de diciembre de 1972 se expidió la *Ley sobre el Registro de Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas*. El 11 de enero de 1982 se expidió la nueva *Ley sobre Transferencia de Tecnología*, la cual derogó a la *Ley de Inventiones y Marcas* de 1976. La Ley en vigor es la de 1982; ésta ajustó y modificó la ley de 1972.

²⁹ Ver Leonel Pereznieto Castro, *Derecho Internacional Privado*, Op. cit., p. 179.

Cuadro 2³⁰



Cuadro 3³¹



³⁰ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 140.

³¹ *Idem.*

1.2.2 Las aplicaciones de los satélites de comunicación

Los satélites de comunicación marcan una nueva era en las relaciones internacionales, debido a la gran gama de oportunidades que ofrecen al ser capaces de enlazar imágenes y audio de un lugar a otro por distantes que estos sean. El mercado mundial de los satélites se encuentra en transición, ya que debe encontrar sistemas que permitan satisfacer la demanda de la vida moderna por comunicarse más rápidamente, más lejos y a más bajo precio. "Hasta la fecha, la aplicación comercial no militar más importante de los satélites ha sido, con mucho, el entablar enlaces de telecomunicaciones a larga distancia entre puntos definidos de la Tierra para servicios de telefonía, tráfico de televisión, y últimamente tráfico de datos. Los satélites han demostrado ser un medio eficaz y eficiente en costos, especialmente en rutas de tráfico muy denso."³² Un alto ejecutivo de la empresa *Arianspace*, indica que en los próximos ocho años la colocación de satélites en el mundo aumentará en un 50% en comparación con los colocados entre 1988 y 1996.³³ Asimismo, indica que el desarrollo de los servicios vía satélite y el creciente uso y desarrollo de los sistemas de multimedia en los próximos años impulsarán la demanda de satélites. Actualmente, el 80% de los aparatos en órbita³⁴ están dedicados a las telecomunicaciones; de esta porción, el 30% es utilizado para servicios de telefonía fija o móvil y radio; el 60% para la transmisión de señales de televisión y el 10% restante, para la recepción y transmisión de datos.³⁵

³² Edward W. Ploman, *Satélites de Comunicación*, Op. cit., p. 62.

³³ "El consorcio *Arianspace* está integrado por 49 compañías de 12 países de Europa y cuenta con el apoyo técnico y científico de la *European Space Agency* y del *Centre National d'Etudes Spatiales*, organismos estatales que tienen entre sus clientes a instituciones internacionales como las empresas de telecomunicaciones *Inmarsat*, *Intelsat*, *PanAmSat* y *World Space*. Asimismo, la firma ha lanzado cohetes para empresas y sistemas europeos como *Eumesat* y *Eutelsat*, y para otras compañías fuera de Europa, incluyendo los servicios que ha brindado a México. *Arianspace* envió al espacio los satélites *Solididad I* y *II* en 1993 y 1994 respectivamente, desde un centro espacial localizado en la Guyana Francesa." *Diario Reforma*, 9 de agosto de 1996, Sección A.

³⁴ La órbita geostacionaria de los satélites se encuentra a 35,680 km. de altura sobre el ecuador. Los satélites viajan sobre esta órbita a una velocidad de 3073 m/s en la misma dirección que la Tierra y se encuentran en posición estacionaria.

³⁵ *Diario Reforma*, México, lunes 17 de junio de 1996, p. 43A.

Ahora bien, existen dos clases de satélites de radiodifusión: los de servicios fijos o de punto a punto, conocidos como "satélites de comunicación" o CS (*Communication Satellite*) y los "satélites de radiodifusión directa" o DBS (*Direct Broadcasting Satellite*). Los primeros (CS) enlazan dos estaciones terrestres, una transmisora y otra receptora, y a través de esta última, un distribuidor transmite o retransmite la señal al público o a parte de él, ya sea por ondas hertzianas o por medio de un conductor (por ejemplo el cable). Los segundos (DBS) emiten señales susceptibles de ser recibidas directamente por el público. Sin embargo, la constante intensificación de la potencia de los satélites de comunicación hace perder importancia a la distinción anterior, pues son susceptibles de transmitir señales que se captan directamente a través de antenas parabólicas. El servicio DTH utiliza el segundo tipo de satélites; las señales viajarán desde un centro de programación al satélite y de ahí directamente al hogar del suscriptor.

Debe distinguirse el concepto de "señal" como el vector producido electromagnéticamente y apto para transportar programas. Por "programa" debe entenderse el conjunto de imágenes y/o sonidos incorporado a la señal destinada a la distribución. Puede señalarse, de una manera general, que los programas contenidos en la señal son de alguna de estas clases: a) obras audiovisuales (cinematográficas, dramáticas, producciones musicales, etc.); b) competencias deportivas u otros espectáculos de arena (juegos, circos, corridas de toros, etc.); y c) informaciones noticiosas.³⁶ El servicio DTH-México de la alianza *Televisa-Globo-News Corp-TCI* contendrá este tipo de programas, los cuales serán producidos por varias empresas, entre ellas *Televisa* y *Globo*.

Todas las aplicaciones originales de los satélites de comunicación crecerán en la medida en que nos acercamos al nuevo milenio. Asimismo, existe una proliferación de nuevas aplicaciones de los

³⁶ "Memoria del VI Congreso Internacional sobre la Protección de los Derechos Intelectuales (del autor, el artista y el productor)", México, D.F., OMPI-SEP-FEMESAC, del 25 al 27 de febrero de 1991, pp. 238-239.

satélites en un variado número de áreas, entre ellas el Servicio de Transmisión Digital o DBS (*Digital Broadcasting Service*), dentro del cual entra el servicio DTH, la Transmisión de Audio Digital o DAB (*Digital Audio Broadcasting*) y la Multimedia Interactiva. El DAB es una aplicación interesante de los satélites de comunicación. Muchos sistemas de satélites en Estados Unidos están desarrollando un servicio de programación de audio digital de calidad de disco compacto para terminales de bajo costo al consumidor en autos y casas.

Algunas de estas aplicaciones satelitales serán complementarias para los futuros servicios terrestres, por ejemplo, las extensiones de redes para servicios de multimedia interactiva. Sin embargo, muchas de las nuevas oportunidades que ofrecen los satélites son verdaderamente únicas; tal es el caso del DBS y el DAB. Nuevas y variadas tecnologías en surgimiento están marcando la pauta hacia el desarrollo de aplicaciones satelitales directas al consumidor en un infinito número de áreas del quehacer humano.

Paralelamente al surgimiento de estas aplicaciones de satélites, se encuentra el desarrollo de equipos terminales al consumidor más pequeños, de mayor capacidad y a menor costo. Estados Unidos lanzó recientemente el servicio DBS. El sistema de la empresa *Hughes*, llamado *DirectTV*, ofrece más de cien canales de vídeo y audio incluyendo varios paquetes de Pago por Evento (*Pay Per View* o PPV). El éxito de esta nueva aventura de los satélites ha sido excepcional. Actualmente, el mercado de Estados Unidos está planeando lanzar varios sistemas DBS dentro de los próximos cinco años. Por otra parte, *Express Vu*, la nueva compañía DTH en Canadá, proporciona servicios similares a los de *DirectTV* a los consumidores canadienses, desde septiembre de 1995.

Una de las tecnologías clave que permite la realización tanto del DBS como del DTH es la "compresión de vídeo digital" o DVC

(*Digital Video Compression*)³⁷ La introducción de esta tecnología trajo consigo una mayor eficiencia y reducción de costos al mundo de la video comunicación e incrementó la capacidad de almacenamiento de información; asimismo permite la transmisión de un gran número de programas de video digital dentro de la pequeña terminal del consumidor.³⁸ Con el advenimiento de sistemas de satélites de rayo de multipunto³⁹ en banda Ka,⁴⁰ tales como el sistema de *Hughes Spaceway*,⁴¹ los satélites se convierten en un medio ideal para proporcionar comunicaciones interactivas de banda ancha a bajo costo en áreas que no podrían conectarse a la autopista de información⁴² por medios terrestres durante muchos años. Asimismo, los nuevos sistemas de satélites avanzados de banda Ka también pue-

³⁷ La introducción de la compresión de video digital a través de las técnicas de reducción del *bit-rate* trajo consigo mayor eficiencia y reducción de costos al mundo de la comunicación por video y el almacenaje de información. La transmisión, almacenaje y procesamiento de las señales de video digital requieren del manejo de canales de flujo de información digital. La velocidad de estos canales se llama *bit-rate*, el cual mide la cantidad de información en bits por segundo. Al mostrar en pantalla señales de video de alta calidad cuyo *bit-rate* es muy alto, mayor es el reto para los mecanismos de almacenaje y los canales de transmisión. La solución es la reducción del *bit-rate*, es decir, se reduce el alto *bit-rate* de la información de video y audio sin deteriorar la calidad. Esto es la compresión de video. Aunque el campo de la compresión de video se ha estudiado durante muchos años, fue recientemente cuando se logró aplicar las técnicas que hacen posible la reducción del *bit-rate* de una señal de video sin opacar su calidad.

³⁸ Discurso pronunciado por Launer J. Boisvert durante la *Canadian Telecommunications Superconference*, Internet, mayo de 1995.

³⁹ Los satélites de multipunto tienen la capacidad de recibir varias señales desde distintos puntos de la Tierra y transmitir a otras zonas distintas o a las mismas.

⁴⁰ Los satélites se clasifican en banda C, X, Ku, Ka y L dependiendo del enlace de subida y bajada de la señal y de su uso. En México corresponde a la SCT asignar las bandas de frecuencia conforme a convencionalismos internacionales. Así, por ejemplo, dentro de los satélites de comunicación, la banda Ka tiene un enlace de subida de 30 GHz y uno de bajada de 20 GHz. La banda X corresponde a los satélites de uso militar y la L a las estaciones móviles. El uso de bandas diferentes para los enlaces de subida y de bajada evita interferencias entre las señales de entrada y salida del satélite. Ver Alcántara López Gabel, *Disertio de una Red Satelital para la Transmisión de voz y datos*, Tesis Profesional, Esc. Sup. Ing. Mec. y Elec., IPN, México, Noviembre, 1991, p. 20.

⁴¹ El sistema de *SPACEWAY* comenzará a operar a principios de 1998 y consistirá en proveer servicios de telefonía y telecomunicaciones modernas a zonas aisladas. Asimismo, proporcionará servicios de multimedia interactiva. Operará en la banda Ku del espectro y consistirá en cuatro sistemas de satélites regionales interconectados para brindar servicio a casi toda la población mundial para el año 2000. *Internet*, <http://www.hcsat.com/SPACEWAY/revolution.html>, 7 de julio de 1996.

⁴² La autopista de información se refiere a la red mundial de información, mejor conocida como *Internet*.

den proporcionar comunicaciones interactivas de banda ancha⁴³ a usuarios localizados más allá del alcance económico de las instalaciones terrestres. Se estima que entre el 20 y 30% del mercado se localiza en estas áreas. Estos sistemas proporcionarán a los consumidores una gran variedad de servicios de retroalimentación incluyendo voz, acceso a *Internet*, conferencias multimedia, video-telefonía, servicios de información, videoconferencias, educación a distancia, telemedicina, etc.

Una extensión interesante de estos servicios DBS y DAB consiste en complementarlos con la habilidad de recibir videoprogramación DTH. Esto puede lograrse con el uso de una sola antena de 60 cm de diámetro.⁴⁴ La programación DTH puede originarse del mismo satélite que brinda los servicios DBS o de un satélite separado localizado en una posición orbital diferente. Esta combinación proporciona al consumidor una amplia gama de servicios de telecomunicaciones de retroalimentación a bajo costo, así como una gran variedad de opciones de entretenimiento, incluyendo canales de televisión, de PPV, de audio, juegos de computadora y educación a distancia.

1.2.3 Servicio de televisión directa al hogar vía satélite o DTH (Direct-To-Home)

El DTH es para muchos la televisión del futuro; es el resultado de la conjugación de la ciencia, la tecnología, el capital y, desde luego, el ingenio de aquéllos que vieron en este avance un gran negocio. "El término 'servicio de satélite *direct-to-home*' (servicio de televisión directa al hogar) significa sólo la programación transmitida o emitida vía satélite directamente al local del suscriptor sin el uso de equipo de recepción terrestre o de distribución, excepto en el local

⁴³ La banda ancha es el rango de frecuencias en el que un satélite recibe y transmite las señales de comunicación dentro del espectro radioeléctrico. Existe un ancho de banda para cada señal.

⁴⁴ El diámetro de la antena varía un poco dependiendo de la ubicación del satélite con respecto a la zona que recibirá la señal. En el caso de México, la medida estándar será de 60 centímetros. En Estados Unidos las antenas para DTH varían entre los 40 y 1.20 cm.

del suscriptor en el proceso de enlace al satélite.⁴⁵ Este servicio permite que una persona reciba en su hogar programación de televisión directamente del satélite a través de una pequeña antena, la cual no es móvil sino que apunta a una posición fija en el cielo. Las señales se comprimen digitalmente, permitiendo que varios programas puedan transmitirse desde un solo transpondedor⁴⁶ de satélite permitiendo la transmisión de hasta 200 canales.

1.2.3.1 La experiencia del DTH en Estados Unidos

Conforme a la experiencia que este servicio tiene en mercados como el de Estados Unidos o Inglaterra, las empresas de DTH ofrecen programación que incluye la mayoría de los servicios de televisión por cable, deportes, películas de PPV y, además, ofrecen servicios de audio. Estos servicios se conocen comúnmente como servicios DTH, pero el término DBS también se utiliza.

Hace varios años la FCC⁴⁷ de Estados Unidos reservó una porción del espectro de transmisión, así como varias posiciones orbitales de satélite para el tipo de televisión que llamaron *Direct Broadcast Satellite* (DBS). Las localizaciones del satélite están espaciadas nueve grados a lo lejos de la transmisión de otros en el mismo rango de frecuencia (en lugar de dos grados para los satélites convencionales), lo cual permite recepción libre de interferencia en cualquier parte de Estados Unidos y la mayor parte de Canadá usando una mini antena parabólica de 60 cm. Esta es la definición de DBS de acuerdo con la FCC y Estados Unidos ya cuenta con varias compañías con concesiones para proporcionar estos servicios. No obstante, es posible que empresas que no tienen concesión para transmisión DBS ofrezcan servicios DTH desde un satélite conven-

⁴⁵ *Telecommunications Act of 1996*, Estados Unidos, Título VI, Sección 602 (b) (1), *Op. cit.*, (ata traducida por el autor).

⁴⁶ El transpondedor es parte del mecanismo electrónico del satélite. Funciona como un espejo, es decir, recibe la señal de subida, la amplifica y la convierte a una frecuencia diferente de regreso a la Tierra.

⁴⁷ FCC significa *Federal Communications Commission* y es el organismo encargado de la regulación de las telecomunicaciones en Estados Unidos.

cional. Para el consumidor, estos servicios de DTH son idénticos a los servicios con licencia DBS, con la única diferencia de que generalmente requieren una antena un poco más grande. Como resultado, la definición de DBS se utiliza ahora generalmente para cualquier servicio de DTH usando pequeñas antenas de una posición satelital fija.

Actualmente existen pocos servicios DBS en operación en Estados Unidos. Uno de ellos es de un grupo de Operadores Multi Sistema de TV Cable o MSOs (*Cable TV Multi System Operators*) y se denomina *Primestar*. Esta empresa no ofrece un servicio DBS en los términos definidos por la FCC, ya que opera desde satélites convencionales usando antenas de 36 a 40 pulgadas. Otro servicio es proporcionado por *DirectTV* (una subsidiaria de *Hughes Communications, Inc.*), y uno más por *USSB*. Ambas compañías tienen concesiones de la FCC como proveedores de DBS y como tales operan desde antenas receptoras de satélite de alto poder DBS de 18 pulgadas especialmente diseñadas para DTH.

DirectTV y *USSB* fueron los primeros en brindar servicios DBS de alto poder en Estados Unidos. Estas empresas utilizan tres satélites de banda Ku, los cuales operan desde una posición fija en el cielo. El primero (DBS1) utiliza dieciséis transpondedores de 120 watts mientras que los otros dos (DBS2 y DBS3) están configurados cada uno con ocho transpondedores de 240 watts. Esto resulta en un total de 32 transpondedores de transmisión. Ambas compañías ofrecen programación receptible a través de una antena y un decodificador. El sistema utiliza compresión digital para permitir de cuatro a ocho canales por transpondedor, permitiendo un total de aproximadamente 180 a 200 canales.

DirectTV y *USSB* afirman que sus canales tienen películas y programas de calidad de disco láser y el audio, calidad de disco compacto. A medida que mejora la tecnología de compresión será posible aumentar el número de canales disponibles.

En Estados Unidos, *DirectTV* cuenta con 27 frecuencias, lo que le permite programar aproximadamente 150 canales. La programación que ofrecen *DirectTV* y *USSB* juntas es de 170 canales:

- 70 canales de servicio de cable
- 30 canales de suscripción de deportes
- 20 canales de interés especial para público con gustos específicos.
- 50 canales de películas de PPV

La programación de *DirectTV* puede clasificarse en cinco áreas: programación de cable, suscripción de deportes, servicios de música, películas de PPV y servicios de interés especial. No hay programación gratuita. *DirectTV* vende paquetes de programación con base en servicios básicos que van de los 6 dólares por un sólo canal hasta los 30 dólares por 40 canales. Además, venden diversos servicios a la carta, pero es necesario que los suscriptores hayan contratado un servicio básico antes de poder comprar servicios a la carta, incluyendo películas de PPV. Estas cuestan 3 dólares si se ordenan desde el control remoto y 5 si llama directamente a *DirectTV*. Esta empresa también ofrece el servicio educativo *GALAXY Classroom* a escuelas primarias en todo Estados Unidos. Esta es una red educativa básica nacional que proporciona un aprendizaje interactivo global.

1.2.3.2 La introducción del servicio DTH en México

En América Latina y especialmente en México, este servicio está apenas iniciando. Aun cuando en nuestro país hay varias empresas que buscan ofrecer este servicio⁴⁸ dentro del territorio de la República Mexicana, entre ellas la arriba mencionada *DirectTV*,

⁴⁸ Hasta el momento son: *DirectTV Latinoamérica* (MVS Multivisión-Hughes Corp.-TV Abril-Organización Cisneros); *Teledred* (Inbursa-Teledred-Medcom-Scientific Atlanta), *Sky* (Televisa-News Corp.-Globo-TCI), *Grupo Adir*, *Grupo Zoma*, y *PCTV*.

esta investigación se centra en el análisis del proyecto DTH-México de la alianza *Televisa-News Corp.-Globo-TCI*. Esta alianza, comercializada bajo el nombre de *Sky*, será denominada DTH-México o el DTH de *Televisa* en este trabajo para diferenciarlo de sus demás plataformas y para evitar confusiones con los servicios de sus competidores.

El DTH es uno de los más novedosos y prometedores dentro de la gama de los servicios de telecomunicaciones modernas, cuyo fin es brindar una amplia gama de opciones de entretenimiento a través de programas de televisión digital. *Sky* presentará al suscriptor una amplia gama de programas producidos por empresas como *Televisa* y muchos otros más serán comprados a terceros. "Estas opciones de programación mundial con calidad digital en audio y video, llegarán al suscriptor directamente vía una pequeña antena de 60 cm de diámetro y mediante una caja decodificadora específicamente diseñada y fabricada para este servicio. La caja se activará con una tarjeta inteligente especial que permitirá al suscriptor, con la simple acción de marcar un número telefónico, conectarse en cuestión de segundos, desde cualquier parte de México, a centros de atención al cliente que estarán enlazados directamente vía satélite con un centro de autorización y programación. En ese centro, desde donde se abrirán los servicios de programación DTH, se llevará un registro detallado de todos los suscriptores."⁴⁹ El servicio DTH-México de la alianza de *Televisa* está prácticamente listo en términos técnicos para ser lanzado al mercado; no obstante, las consideraciones de mercadotecnia y el proceso de aprendizaje del funcionamiento de este servicio dentro de la empresa son algunos de los factores que han retrasado su lanzamiento.

Los principales competidores de *Sky* dentro del mercado mexicano son *MVS-DirectTV Latinoamérica* y *Teled-Medcom*. Los

⁴⁹ "DTH y Telefonía", en *ADCEBRA*, No. 50, México, Editorial La Cebra, S.A. de C.V., abril, 1996, pp. 59-60.

socios de *MVS Multivisión* son: *Hughes Communications*,⁵⁰ filial de *General Motors* y dueños de *DirectTV* en Estados Unidos, la *Organización Cisneros* de Venezuela, y *TV Abril* de Brasil. Dentro de la plataforma América Latina, *Multivisión* y *TV Abril* participarán con un 10% respectivamente, mientras que *Hughes* participará con un 60% y *Organización Cisneros* con un 20%. Por otro lado, *Multivisión* participará con el 85% dentro de la plataforma de México. *MVS-DirectTV* creó dos estaciones terrenas para el DTH: una en Long Beach, en Estados Unidos, la cual se inauguró en febrero de 1996, donde se invirtieron 80 millones de dólares, y desde donde se piensan lanzar 60 canales de PPV a Latinoamérica. La otra estación terrena se encuentra en la Ciudad de México, desde donde se arrancará el servicio con 19 canales y planea incrementarlos en la medida que adquiera mayor capacidad de transpondedores. Además, este proyecto en conjunto implicó, por parte de los socios, una inversión de 350 millones de dólares por el satélite, 25 millones de dólares por cada uno de los centros de transmisión de Brasil, Caracas, Argentina y México, y casi 350 millones de dólares para el financiamiento de los equipos.⁵¹ *MVS DirectTV* asegura contar con ventajas de tipo tecnológico para el lanzamiento del DTH y espera contar con seis millones de suscriptores para el año 2001.

El otro competidor importante de *Televisa* es *Teleded-Medcom*, donde *Medcom* participa con el 60% del capital accionario y el Grupo Financiero Inbursa con el 40% a través de una SINCA (Sociedad de Inversión de Capital). Esta alianza ostenta tener un cuarto socio extranjero, *Scientific Atlanta*, el cual se encargará de poner en marcha el centro de operaciones de DTH para la región latinoamericana. Por otro lado, *Grupo Acir*, *PCTV* y *Grupo Zoma* también planean ofrecer servicios de DTH en México, ya que cuentan con concesiones; sin embargo, la información en cuanto al plan de negocios de estas empresas es muy escasa.

⁵⁰ *General Motors Hughes Electronics* tiene cuatro divisiones mayores con empresas filiales cada una: *Defense Electronics*, *Automotive Electronics*, *Telecomm and Space* (a esta división pertenece *Hughes Communications, Inc.*) y *Consumer Technologies*.

⁵¹ *Diario Reforma*, México, 10 de junio de 1996, p. 38A

Ahora bien, la instauración de este servicio en México tiene implicaciones jurídicas importantes. Primero, *Televisa* tuvo que adquirir la debida concesión por parte de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)* para explotar y comercializar este servicio en la República Mexicana, ya que el DTH pertenece a la categoría de Red Pública de Telecomunicaciones. Segundo, la empresa se vio limitada en términos de rapidez para explotar este servicio al no encontrar un satélite nacional con amplia capacidad y disponibilidad para el DTH. El marco jurídico mexicano, en principio, exige el uso de un satélite nacional, por ello *Televisa* solicitó la renta de transpondedores del satélite *Solidaridad 2*. Esto significa que, si ya en sí el proceso de adquisición de la concesión es lento y busca la licitación por parte del gobierno mexicano, la empresa tuvo que buscar opciones de uso de satélites extranjeros a través de acuerdos de reciprocidad satelital para el DTH, y por si fuera poco, no existía tal acuerdo hasta abril de 1996.

1.2.3.3 Capacidad satelital de México para el servicio DTH

México cuenta con sólo tres satélites nacionales en funcionamiento: *Morelos 2*, *Solidaridad 1* y *Solidaridad 2* (ver cuadro 4). Todos los satélites lanzados por México hasta la fecha han tenido como misión las telecomunicaciones. El satélite *Solidaridad 2* sólo tiene capacidad de 14 transpondedores para el servicio DTH. El *Grupo Medcom* reservó siete, mientras que *Televisa* reservó los otros siete restantes. Esto implica para *Multivisión* un problema de capacidad satelital; por ello, en algún momento intentó llevar a cabo un acuerdo temporal con la *SCT*, a fin de usar transpondedores de algún satélite de su socio *Hughes*, ya que en el momento de la solicitud ante *Telecomm*⁵² aún no existía un acuerdo de reciprocidad

⁵² *Telecomm* es un organismo descentralizado del Gobierno Federal mexicano, creado mediante decreto presidencial publicado en el *Diario Oficial* de la Federación el 20 de agosto de 1986 y reformado por diversos decretos publicados en el mismo diario el 17 de noviembre de 1989 y el 29 de octubre de 1990. Cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propios. Su objetivo principal es la prestación del servicio público de comunicación vía satélite y de los de telecomunicaciones que expresamente le señala el artículo 3o. de su decreto de creación, así como los de carácter prioritario que en su caso le encomiende el poder ejecutivo.

satelital para *DTH*.⁵³ El costo de la renta de cada transpondedor es de 200 mil dólares, con lo cual las compañías de televisión y de telecomunicaciones erogarían un millón 400 mil dólares al mes, pero esto depende del transpondedor que ocupe, ya que las tarifas variarían dependiendo del uso y velocidad con la que se utilice la información transmitida.

Actualmente, los sistemas de satélites mexicanos están ocupados en un 80%, por lo que las autoridades correspondientes han comenzado a tomar la iniciativa para que México cuente con mayor capacidad satelital para los servicios de telecomunicaciones modernas. Por ello, el 18 de abril de 1996, *Telecomm* publicó la licitación internacional para construir un nuevo satélite que sustituirá al *Morelos 2*, cuya vida útil concluye el segundo semestre de 1998. Así, el 19 de Agosto de 1996, se anunció en los diversos medios de comunicación que los señores Javier Lozano Alarcón, *Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la SCT*; Carlos Miér y Terán, *Director General de Telecomunicaciones de México* y Michael Houterman, *Vicepresidente de Hughes Communications International*, firmaron un acuerdo de promesa unilateral para la adquisición del nuevo satélite que reemplazará al *Morelos 2*. La propuesta de *Hughes Communications* fue por 90.5 millones de dólares y comprende la construcción del satélite, el equipamiento social en los centros de control, el programa de capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología. Este nuevo sistema satelital tendrá diez veces más potencia que el *Morelos 2*⁵⁴ y más del doble de capacidad de comunicación.

El último reporte de *Telecomm* de la *SCT* indica que el sistema satelital mexicano contaba, para diciembre de 1995, con más de 300 usuarios de redes privadas de voz y datos, al tiempo que los satélites transmitían 65 señales de televisión. "La capacidad de los satélites

⁵³ *Diario El Financiero*, México, 15 de abril de 1996, p. 28

⁵⁴ El satélite *Morelos 2* tiene 777 watts de potencia, mientras que el nuevo satélite tendrá más de 8 mil watts.

en ese lapso estaba distribuida en un 25% por empresas de televisión y radio, 34.5% por redes de voz y datos, y 40.1% disponible." *Telecomm* informó que el 4.6% era utilizado por televisión por cable y el 5.5% por televisión restringida.

Cuadro 4⁵⁵

Satélites Lanzados por México					
Satélite	Fecha de Lanzamiento	Designación	Orbita Geostacionaria	Vida Útil	Especificaciones Técnicas
<i>Azonas 1</i>	17/05/85	15624/850488	113.5° W	1993	Banda-C, Banda-Ku
<i>Azonas 2</i>	27/11/85	16274/851099B	116.8° W	1995	Banda-C, Banda-Ku
<i>Solidaridad 1</i>	20/11/93	22911/93073A	109.2° W	2007	Banda-L, Banda-C, Banda-Ku
<i>Solidaridad 2</i>	8/10/94	23313/94005A	113° W	2008	Banda-L, Banda-C, Banda-Ku

⁵⁵ *The Satellite's Encyclopedia*, TBS-satellite, convertido a la red de Internet por *Winhelp to Web*, mayo, 1996.

2. REGULACIÓN APLICABLE EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES

El marco jurídico que regula en México las telecomunicaciones es relativamente nuevo. Hasta 1995, la ley que regulaba los sistemas de comunicación en general era la *Ley de Vías Generales de Comunicación* publicada en el *Diario Oficial* de la Federación el 19 de febrero de 1940. En materia de telecomunicaciones no se habían hecho modificaciones hasta la *Ley Federal de Telecomunicaciones* publicada en el *Diario Oficial* de la Federación el día 7 de junio de 1995. Esto obedece a que México, al insertarse dentro de la dinámica de la liberalización de sus mercados nacionales y observar la importancia de las telecomunicaciones para el desarrollo, elaboró una nueva ley que respondiera a las necesidades de las empresas nacionales y extranjeras que deseaban participar en el negocio de las telecomunicaciones en el país para brindar servicios modernos y novedosos.

Ahora bien, en México, en cuanto a las telecomunicaciones, se aplica el principio jurídico constitucional⁵⁶ de que el espacio situado sobre territorio nacional es propiedad de la nación, incluyendo el radioeléctrico. En la época en que las telecomunicaciones se conducían por cable, este concepto era aplicable sólo a la radiotelegrafía, pero con la aparición de las telecomunicaciones internacionales por microondas y por satélite, el principio toma plena relevancia: sólo el Estado puede conducirlos.⁵⁷ De conformidad con la *Ley de Vías*

⁵⁶ Ver Art. 27, 4o. párrafo y Art. 42, Fracc. VI de la *Constitución de los Estados Unidos Mexicanos* y el Art. 1o. de la *Ley Federal de Radio y Televisión*.

⁵⁷ El Art. 2o. de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* dice "Corresponde al Estado la rectoría en materia de telecomunicaciones, a cuyo efecto protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación. En todo momento el Estado mantendrá el dominio sobre el espectro radioeléctrico y las posiciones orbitales asignadas al país." Ver *Ley Federal de Telecomunicaciones*, Cap. I, Art. 2o., *Op. cit.*, pp. 449-450.

Generales de Comunicación e incluso, con la nueva *Ley Federal de Telecomunicaciones*, tanto *Teléfonos de México* como las empresas que quieren mantener comunicaciones intracorporativas con el extranjero, así como las empresas de radio y televisión, lo tienen que hacer por medio de las instalaciones del Estado.⁵⁸

Así, observamos que hasta hace pocos años, México había mantenido una política de proteccionismo hacia los servicios de telecomunicaciones y al mismo tiempo buscaba controlar la infraestructura de comunicaciones debido a la importancia estratégica y política que de ellas se deriva.⁵⁹ "Los servicios de telecomunicación de valor agregado empezaron a desarrollarse a mediados de los setenta en los países industrializados. En México comenzaron a utilizarse modestamente a principios de los ochenta, y actualmente, la participación extranjera en empresas proveedoras de esos servicios se restringe a 49%. Más aún, en la práctica, la prestación de muchos de ellos, sólo la proporciona el Estado."⁶⁰ No obstante, el proceso de liberalización del mercado mexicano y privatización de empresas paraestatales, como *Teléfonos de México*, que inicia con el sexenio de Miguel De la Madrid, se acelera con el de Salinas De Gortari y continúa hasta nuestros días, deja claro que para que México se inserte con éxito dentro de la dinámica de la globalización de los mercados internacionales debe modernizar su marco jurídico en materia de telecomunicaciones.

Por lo anterior, en nuestro país, la era de los servicios modernos de telecomunicaciones está iniciando. Estos servicios están profun-

⁵⁸ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 142.

⁵⁹ "El proceso substitutivo de importaciones de servicios comenzó en México antes que el de bienes. La sustitución de importaciones en servicios se realiza mediante la aplicación de medidas que restringen o impiden que proveedores extranjeros presten servicios. (...) Las restricciones pueden provenir de la denegación del trato nacional (dar mejor trato a los proveedores nacionales que a los extranjeros), la negación de acceso al mercado (por ejemplo, restricciones cuantitativas al número de prestadores de servicios o al monto permitido de inversión extranjera en una actividad) o ciertos requisitos de presencia en el mercado nacional para prestar un servicio (por ejemplo, obligación de tener la residencia permanente o el establecimiento de una empresa). *Ibid.*, p. 140.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 142

damente vinculados con el acceso a la alta tecnología y con la aportación de grandes sumas de capital, ante todo condicionadas por la inversión extranjera, especialmente en nuestros días debido a la falta de liquidez que padece nuestro país. Además, "las telecomunicaciones están íntimamente vinculadas con los impuestos, la competencia económica, los tratados comerciales, el procedimiento administrativo, la comunicación social y la seguridad pública."⁶¹

A pesar de la liberalización de las políticas comerciales hacia el exterior y de las recientes modificaciones dentro del marco jurídico que regula las telecomunicaciones, empresas como Televisa encuentran ciertas dificultades al intentar concretar su alianza con otras tres empresas de comunicación de gran trascendencia y peso internacional como son *Globo*, *TCI* y *News Corp.* Estas dificultades, entre otras, consisten en el tedioso y lento proceso de trámite para obtener la concesión para la explotación del servicio DTH dentro de la República Mexicana.

Para comprender mejor la situación actual del marco jurídico mexicano en materia de telecomunicaciones, ante el proceso de liberación económica e integración comercial, es importante saber que "la industria mexicana de telecomunicaciones soporta su infraestructura legal en sólo 90 ordenamientos vigentes y escasas regulaciones en la materia. (...) Ante la internacionalización de las compañías mexicanas y la globalización de las telecomunicaciones, el sector privado y el gobierno carecen de conocimiento en materia legal para enfrentar controversias en el extranjero. Un estudio realizado por el *Instituto Mexicano de Estrategias (IME)* destaca que dentro del cuerpo legal en vías generales de comunicación, telecomunicaciones, comunicaciones por satélite, redes de telecomunicaciones, espectro radioeléctrico⁶², radiocomunicación, radioaficionados,

⁶¹ Diario *EL Financiero*, México, 6 de marzo de 1996, p. 11.

⁶² El espectro radioeléctrico es "el espacio que permite la propagación sin guía artificial de ondas electromagnéticas cuyas bandas de frecuencias se fijan convencionalmente por debajo de los 3,000 gigahertz." *Ley Federal de Telecomunicaciones*, Cap. I, Art. 3o., Fracc. VIII, Op. cit., p. 450.

servicio telefónico y servicio público de telégrafos, sólo siete cuentan con reglamentos. Por ejemplo, las correlaciones destacan que, a la fecha, no existe ningún reglamento en materia de redes de telecomunicaciones, espectro radioeléctrico, servicio telefónico y que sólo el 0.5 por ciento de la regulación en telecomunicaciones cuenta con reglamentos, aún cuando estos rubros son los que soportarán el desarrollo de esta industria (ver cuadro 5). Aunque los expertos consideran que un exceso de reglamentación provocaría retrasos en la solución de problemáticas empresariales, opinan que será fundamental que el gobierno establezca las reglas del juego a fin de establecer criterios de operación que garanticen la competencia de los participantes.⁶³

Cuadro 5⁶⁴

		Reglamentos	Reglamentos	Reglamentos	Reglamentos
Redes de telecomunicaciones	6	4.6	14.4	0.6	0.32
Vías generales de comunicación	7	21.43	29.57	1.57	1.57
Redes de telecomunicaciones	20	61.71	43.29	0.46	0.05
Comunicaciones por satélite	8	40.63	10.38	0.63	0.25
Redes de telecomunicaciones	2	77.00	0.00	0.00	0.00
Espectro radioeléctrico	11	72.27	6.18	0.00	0.00
Redes de telecomunicaciones	17	65.29	30.78	0.09	0.16
Radiofrecuencias	2	8.00	30.00	1.00	0.50
Redes de telecomunicaciones	10	49.10	7.30	0.00	0.00
Servicio público de telégrafos	6	19.17	30.67	1.33	0.33

⁶³ Diario *EL Financiero*, *Sec. Negocios*, México, 6 de marzo de 1996, p. 11.

⁶⁴ Diario *EL Financiero*, *Sec. Negocios*, México, 6 de marzo de 1996, p. 11.

Como respuesta a las demandas de modernización jurídica en materia de telecomunicaciones en nuestro país, la SCT constituyó en 1996 una comisión regulatoria de telecomunicaciones: la *Comisión Federal de Telecomunicaciones*, cuyo fin es ordenar el proceso de apertura y desarrollo de la competencia en las telecomunicaciones del país. Este órgano, desde el 10 de agosto de 1996, tiene la responsabilidad de regular los nuevos servicios de telecomunicaciones tales como la radiolocalización, la televisión por cable, interactiva y directa vía satélite (DTH), la telefonía celular local y de larga distancia, los servicios de comunicaciones personales (PCS) y los servicios multimedia y de valor agregado. Este órgano compartirá atribuciones con la *Subsecretaría de Regulación y de Supervisión*, tal como lo dispone la *Ley Federal de Telecomunicaciones*. Asimismo, este órgano tiene autonomía técnica y administrativa; es un órgano desconcentrado de la SCT y tiene funciones regulatorias, operativas y de supervisión, conforme lo establece la *Ley Federal de Telecomunicaciones*, pero seguirá dependiendo de la SCT. Por su parte, la SCT mantendrá bajo su control las áreas relacionadas con la normatividad de la tecnología y seguirá encargada del otorgamiento de títulos de concesión y permisos, de definir las políticas en materia de telecomunicaciones y de los sistemas de difusión regulados por la *Ley Federal de Radio y Televisión*; mientras que las direcciones encargadas de la vigilancia, desarrollo y promoción de las telecomunicaciones se transferirán al nuevo órgano, el cual recaerá en la *Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico*.⁶⁵ La creación de este nuevo órgano surge ante la necesidad de regular con mayor eficiencia las telecomunicaciones en México ante la apertura comercial y la nueva competencia internacional. Este es un gran avance en materia de regulación, pero aún falta ver los resultados de esta comisión.

⁶⁵ Diario *EL Financiero*, *Sec. Negocios*, México, 16 de mayo de 1996, p. 18.

2.1 Ley Federal de Telecomunicaciones

El actual fenómeno de la globalización demanda la revisión continua del marco jurídico que regula el Comercio Internacional de Servicios. Así, "la nueva *Ley Federal de Telecomunicaciones* de 1995 liberó el número de compañías que pueden proporcionar servicios de larga distancia. Según la ley, cualquier empresa que cumpla con los requisitos técnicos y demuestre capacidad financiera podrá prestar estos servicios a partir de enero de 1997. (...) En 1995 se modificó el artículo 28 constitucional a fin de que los particulares proporcionen servicios satelitales y se permite la participación extranjera hasta 49%. Además, se liberalizaron las comunicaciones intracorporativas internacionales, con lo cual las empresas pueden adquirir y mantener como propias las estaciones terrenas."⁶⁶

Tanto la *Ley Federal de Telecomunicaciones* como el servicio DTH son novedosos; por ello, uno de los problemas más importantes ha sido la absoluta comprensión de los mecanismos de la nueva Ley por parte del empresario, en este caso Televisa por una parte, y por la otra, el que las autoridades de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* entiendan y se ajusten a las necesidades de la nueva tecnología y el comercio internacional.

Ahora bien, algunos expertos opinan que la nueva *Ley Federal de Telecomunicaciones* vino a regular más en lugar de desregular el marco jurídico en materia de telecomunicaciones, ya que complica más la adquisición de concesiones y busca una mayor licitación de las frecuencias. No obstante, esta Ley también pretende liberalizar el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones, brindando apoyo a las empresas extranjeras que deseen invertir en México en esta rama de los servicios.

⁶⁶ Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, pp. 145-146.

2.1.1 Regulación sobre Servicios de Red Pública de Telecomunicaciones

La *Ley Federal de Telecomunicaciones* regula el servicio DTH en su **Artículo 3o., Fracción X**, el cual define la Red Pública de Telecomunicaciones como "la red de telecomunicaciones⁶⁷ a través de la cual se explotan comercialmente servicios de telecomunicaciones. La red no comprende los equipos terminales de telecomunicaciones de los usuarios ni las redes de telecomunicaciones que se encuentren más allá del punto de conexión terminal."⁶⁸

2.1.2 Regulación sobre títulos de concesión

El **Artículo 11, Fracción IV**, en lo relativo a las concesiones y permisos, establece que se requiere concesión de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* para "explotar los derechos de emisión y recepción de señales de bandas de frecuencias asociadas a sistemas satelitales extranjeros que cubran y puedan prestar servicios en el territorio nacional."⁶⁹

Por otra parte, el **Artículo 24, Fracciones I, II, III, IV, V y VI** especifica los requisitos para las concesiones de redes públicas de telecomunicaciones y establece que "los interesados en obtener una concesión para instalar, operar o explotar redes públicas de telecomunicaciones, deberán presentar, a satisfacción de la Secretaría, solicitud que contenga como mínimo: nombre y domicilio del solicitante; los servicios que desea prestar; las especificaciones técnicas del proyecto; los programas y compromisos de inversión, de cobertura y de calidad de los servicios que se pretenden prestar; el plan de

⁶⁷ Se entiende por *red de telecomunicaciones* al "sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario." *Ley Federal de Telecomunicaciones*, Cap. I, Art. 3o., Fracc. VIII, Op. cit., p. 450.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 451.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 455.

negocios y la documentación que acredite su capacidad financiera, técnica, jurídica y administrativa."⁷⁰ Además, la SCT publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, el 4 de septiembre de 1995, un "Acuerdo por el que se establece el procedimiento para obtener concesión para la instalación, operación y explotación de redes públicas de telecomunicaciones interestatales, al amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones". Este acuerdo resuelve muchas de las dudas sobre los asuntos que la ley dejaba sobreentendidos y que dificultaban el proceso de solicitud de concesiones.

2.1.3 Regulación sobre acuerdos de reciprocidad

Los acuerdos de reciprocidad satelital permiten bajar señales a suelo nacional generadas por un satélite extranjero. Estos acuerdos ya existían para traer señales de satélites extranjeros a suelo mexicano en áreas como la de telefonía, televisión por cable, MMDS⁷¹ (transmisión de frecuencias vía microondas) y datos. No obstante, los convenios bilaterales no contemplaban el servicio DTH, ya que es distinto tomar una señal para recibirla y luego llevarla al público usuario a través de una red federal, a darle servicio directamente del satélite extranjero hasta su hogar. Esta política en materia de telecomunicaciones se expresó abiertamente en 1983 "cuando se reforma el artículo 28 constitucional para reservar al Estado las comunicaciones vía satélite, con lo que se consolidó el proceso proteccionista que busca un desarrollo endógeno del sector."⁷²

Por su parte, la *Ley Federal de Telecomunicaciones*, en su **Artículo 30** referente a las concesiones para comunicación vía satélite⁷³, establece que "la Secretaría podrá otorgar concesiones

⁷⁰ *Ibid.*, p. 459

⁷¹ MMDS significa *Multichannel Multipoint Distribution System* (Sistema de Distribución Multicanal Multipunto). Un ejemplo clásico de este sistema es el de *Multivisión*.

⁷² Fernando de Mateo, "Servicios en el Sector Externo", *Op. cit.*, p. 142.

⁷³ Se entiende por *sistema de comunicación vía satélite* "el que permite el envío de señales de microondas, a través de la estación transmisora a un satélite que las recibe, amplifica y envía de regreso a la Tierra para ser captadas por una estación receptora." *Ley Federal de Telecomunicaciones*, Cap. I, Art. 30, *Op. cit.*, p. 451.

sobre los derechos de emisión y recepción de señales y bandas de frecuencias asociadas a sistemas satelitales extranjeros que cubran y puedan prestar servicios en el territorio nacional, siempre y cuando se tengan firmados tratados en la materia con el país de origen de la señal y dichos tratados contemplen reciprocidad para los satélites mexicanos. Estas concesiones sólo se otorgarán a personas morales constituidas conforme a las leyes mexicanas. Asimismo, podrán operar en territorio mexicano los satélites internacionales establecidos al amparo de tratados internacionales multilaterales de los que el país sea parte."⁷⁴

⁷⁴ Ley Federal de Telecomunicaciones, Cap. I, Art. 3o., Fracc. XIII, *Op. cit.*, pp. 460-461.

2.2 Acuerdo de reciprocidad satelital entre México y Estados Unidos para el servicio DTH

Ante la imperante necesidad de contar con un acuerdo de reciprocidad satelital y llenar el escollo legislativo que existía en este sentido, se firmó el *Acuerdo en lo Concerniente a la Transmisión y Recepción de Señales de Satélites para la Provisión de Servicios Satelitales a Usuarios en Estados Unidos y México*. Las negociaciones para este acuerdo duraron aproximadamente dos meses y se intensificaron del 23 al 27 de abril de 1996 en la Ciudad de México. En dichas negociaciones participaron la *Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos* (FCC), el *Departamento de Estado de Estados Unidos* y la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)* de México. Este convenio bilateral se firmó el 28 de abril de 1996 por el embajador de Estados Unidos en México, James R. Jones, y el Subsecretario de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico, Carlos Casasús. El Senado mexicano votó para ratificarlo el 29 de abril. Los propósitos de este acuerdo están expresados en su Artículo 1o. y son "facilitar la provisión de servicios a, de y dentro de los Estados Unidos y México a través de satélites comerciales que cada Parte autorice y coordine conforme a las Regulaciones de Radio de la UIT, y establecer las condiciones relacionadas con el uso en ambos países de satélites autorizados en Estados Unidos y México."⁷⁵

Este convenio "permitirá a empresas mexicanas bajar señales de satélites estadounidenses en México, y en correspondencia, señales de satélites mexicanos podrán ser bajadas en Estados Unidos". El primer Protocolo del acuerdo especifica que dicha reciprocidad satelital será para proveer el servicio de televisión satelital DBS y DTH, pero este protocolo aún no está firmado. Con este contrato bilateral, *DirectTV Latinoamérica*, alianza de *Multivisión-Hughes-TV Abril-Organización Cisneros*, podrá utilizar un satélite extranjero (el *Galaxy III-R* fabricado por *Hughes*) de la empresa

⁷⁵ *Agreement Concerning the Transmission and Reception of Signals from Satellites for the Provision of Satellite Services to Users in the United States and Mexico*, en *News Federal Communications Commission*, Washington, Estados Unidos, 1996, p. 3 (Nota traducida por el autor).

estadounidense *Galaxy*.⁷⁶ "Este Acuerdo regulará la emisión de señales a México al definir que los satélites norteamericanos podrán prestar servicios al país cumpliendo las mismas condiciones que los nacionales y en la medida que Estados Unidos dé reciprocidad. Algunas de estas condiciones definidas en el acuerdo son que los operadores mexicanos de satélites serán los únicos extranjeros en Estados Unidos con derecho a transmitir y recibir señales de voz, datos, video y televisión directa a su territorio, en el que se ubica el mercado de telecomunicaciones más grande del mundo y con una importante comunidad de hispano parlantes."⁷⁷ Este convenio abre un gran número de oportunidades a empresas extranjeras que anteriormente no podían penetrar en México debido a la falta de reciprocidad satelital legal; pero ahora, algunos expertos esperan que para 1998 al menos 13 satélites extranjeros podrán cubrir México: *PanAmSat* tendrá cinco satélites, *General Electric American*, uno; *DirectTV*, dos; *Telsat*, uno; *Hughes*, tres y *AT&T*, uno más.⁷⁸ Uno de los puntos más relevantes del acuerdo es que ambos países pueden coordinarse en cuanto a posiciones orbitales, lo cual busca un uso eficiente de las señales y evitará que un país bloquee la señal del otro, lo cual ya ha ocurrido entre México y Canadá. Cuando esto sucede hay que mover uno de los dos satélites a una posición distinta en grados. Este acuerdo también dispone los mecanismos formales para presionar a empresas extranjeras que operan en México de manera ilegal las señales del extranjero a nuestro país. Ahora bien, las empresas de DTH en México se dividen en aquellas que utilizarán un satélite nacional y las que usarán satélites extranjeros, las cuales harán uso del primer protocolo del acuerdo. *Televisa* y *Medcom*, por ejemplo, están dentro de la primera categoría, pues usarán siete transpondedores del Solidaridad 2, con los cuales transmitirá 56 canales (ocho por transpondedor). *DirectTV*, como ya se mencionó anteriormente, utilizará un satélite de su socio extranjero *Hughes*, el *Galaxy 3R*.

⁷⁶ *Diario Reforma*, México, 15 de abril de 1996, p. 30A.

⁷⁷ *Diario Reforma*, México, 30 de abril de 1996, p. 27A.

⁷⁸ *Diario El Financiero*, México, 30 de abril de 1996, p. 22

3. PROYECTO DTH-MÉXICO (SKY) ENTRE TELEVISÁ, GLOBO, NEWS CORP. Y TCI

El 20 de noviembre de 1995, *Organizações Globo* (Globo), *Grupo Televisá, S.A. (Televisá)*, *The News Corporation Limited (News Corp)* y *Tele-Communications International, Inc. (TCI)* establecieron un acuerdo para formar un consorcio para desarrollar y operar un servicio de televisión directa al hogar vía satélite *Direct-To-Home (DTH)* para la región de Latinoamérica y el Caribe bajo el nombre de *Sky*. Estas empresas pretenden establecer cinco plataformas de DTH: DTH-América Latina, DTH-Brasil, DTH-México, DTH-Argentina, DTH-Chile y DTH-USA. El proyecto DTH-México está planeado para iniciar sus operaciones durante el segundo semestre de 1996. Para ello, *Televisá* tuvo que obtener la debida concesión por parte de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*, ya que el DTH es un servicio de red pública con regulación específica y es *Televisá* quien representa a sus socios en México y obtendrá el 60% de beneficios por la plataforma DTH-México. Este acuerdo es la alianza de mayor alcance digital de DTH en el mundo, ya que une a varias de las fuerzas más importantes de las comunicaciones globales. En este sentido, un destacado ejecutivo de *Televisá* afirma que el DTH representa un importante canal de distribución de programación para empresas como la suya; además opina que este servicio es un fruto novedoso de la tecnología y una nueva oportunidad que está en el mercado lista para ser utilizada. El servicio DTH proyectado por *Televisá* y sus socios planea transmitir 120 canales de programación con una gran variedad de opciones, entre ellas, noticieros, programas deportivos y de entretenimiento, y canales de PPV.

Globo es la empresa de comunicación más grande de Brasil; *Televisa* es el conglomerado de entretenimiento más grande del mundo de habla hispana; *News Corp.* es una de las empresas de comunicaciones más grandes del mundo y *TCI*, una compañía afiliada de *Telecommunications, Inc.*, es la mayor operadora de cable en los Estados Unidos con presencia global.

Dentro de la plataforma DTH-México, la participación de las empresas es de 60% para *Televisa*, 30% para *News Corp.* y 10% para *TCI*. No obstante, cada plataforma DTH de la alianza de estas empresas tiene diferentes porcentajes de beneficios de participación. En el caso del DTH-América Latina, las empresas se dividen los beneficios de la siguiente forma: 30% para *Televisa*, 30% para *Globo*, 30% para *News Corp.* y 10% para *TCI*. En la plataforma DTH-Brasil (*NetSat*), *Globo* tendrá 54%, *News Corp.* 36% y *TCI* 10%. En la plataforma DTH-Chile y DTH-Argentina cada socio tendrá un 25% de participación. Así, la propiedad global del proyecto DTH es de 30% para *Televisa*, *News Corp.* y *Globo* respectivamente, y *TCI* obtendrá el 10%.

Por otro lado, *Televisa* y *PanAmSat* lanzarán de manera independiente la plataforma DTH-Península Ibérica con porcentajes de participación aún por definir. El DTH-Península Ibérica se lanzará entre octubre y diciembre de 1996 y utilizará el satélite Pas5-3R de *PanAmSat*. Este último, es un proyecto de suma importancia para *Televisa*, ya que el mercado español cuenta actualmente con sólo un sistema de televisión de paga, el Canal Plus, por lo que la empresa ve en este mercado un alto potencial de crecimiento a través del DTH, con lo cual se ofrecerán inicialmente de 20 a 25 canales.

Las diferencias entre el DTH y el servicio de cable, el cual es ya común en México, son:

1. La señal digital genera calidad digital en audio y video.

2. Las películas PPV inician cada 30 y 60 minutos.

3. El *software* del receptor permite que los padres de familia controlen los canales y la frecuencia en que pueden ver los niños la televisión.

4. Las funciones especiales en pantalla permiten una selección de los canales por tipo de programa, ya sea deportes, películas, noticias, etc.

5. Un módem compatible con PC permitirá que la computadora de la casa reciba información a través del receptor de la señal.

3.1 Características de las empresas involucradas en la Alianza Televisa-Globo-News Corp.-TCI

La idea de formar una alianza para lanzar el DTH en México y América Latina surge de la visión de estas empresas por insertarse dentro de la nueva dinámica de la tecnología de bajo costo que proporciona servicios novedosos y modernos, ya que el DTH es considerado la televisión del futuro. Cada empresa tiene características propias y amplia experiencia dentro del mercado internacional de las telecomunicaciones y los medios de comunicación; así, cada una aportará experiencia, capital y empeño para formar y consolidar la alianza de DTH más importante y competente del mercado a nivel mundial.

3.1.1 La presencia de Grupo Televisa, S.A. dentro de los medios de comunicación en México y el mundo.

Grupo Televisa, S.A. es la empresa de medios de comunicación más grande de México y del mundo de habla hispana, y uno de los líderes en el negocio internacional de la producción de programas de entretenimiento. De acuerdo con los reportes anuales de 1994 y 1995, la empresa, a través de su infraestructura de producción de programas de televisión para el mercado nacional e internacional, distribuye su programación en más de 30 idiomas a más de 130 países. La división televisión del grupo cuenta con aproximadamente 300 estaciones afiliadas y constituye una significativa parte de las ventas de la empresa. En 1994, el porcentaje de contribución a las ventas netas fue del 59.9% y 54.9% en 1995. *Televisa* cuenta con el 79% de la participación del mercado de telehogares en la República Mexicana; durante el primer semestre de 1996, 49 de los 50 programas de mayor *rating* fueron producidos por esta empresa. El éxito de los programas de *Televisa* se debe a su alta calidad y amplia variedad, lo cual la ha convertido en uno de los medios publicitarios más prometedores de México. La empresa tiene cuatro canales de televisión: cadena del *Canal 2, Canal 5, Canal 4 y Canal 9*, los cuales

lograron en conjunto el 81.4% de participación del teleauditorio en México en 1994 y el 80.9% en 1995 según el *Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE)*. Grupo Televisa produce un promedio de 50 mil horas anualmente y transmite más programación de televisión en español que ninguna otra empresa en el mundo. Según cálculos de la empresa, durante 1995, 90% de los televisores encendidos en México estuvieron sintonizados en canales de Televisa (15 millones de telehogares).

A través de su división publicaciones, denominada *Editorial Televisa*, publica y distribuye revistas en español, tales como *Cosmopolitan*, *Good Housekeeping*, *Harper's Bazaar*, *Popular Mechanics* y muchas revistas más de alta circulación en México como *Eres*, *Somos*, *TV y Novelas*, *Tele-Guía*, *Saber Ver*, etcétera. En 1995 distribuyó 120 millones de copias en más de 23 países, principalmente en la región de América Latina, el Caribe y Estados Unidos, con más de 50 mil puntos de venta. La empresa cuenta también con un periódico llamado *Ovaciones* que publica dos ediciones diarias, una matutina y una vespertina, y en términos de circulación, es uno de los periódicos líder en información deportiva y de espectáculos en México. La división publicaciones aportó el 20.6% de las ventas netas de la compañía en 1995.

Grupo Televisa también produce y distribuye programas de radio y discos a través de su división de audio, la cual contribuyó en 1995 con el 8.8% a las ventas netas del Grupo. Además, cuenta con tres compañías disqueras: *Discos y Cintas Melody*, *Fonovisa* y *Musivisa* y con 17 estaciones de radio (tres estaciones de AM y tres de FM en la Ciudad de México; cinco de AM y dos de FM en Guadalajara, una de AM en San Luis Potosí, y una de FM en Mexicali, así como estaciones repetidoras en Monterrey y Veracruz) las cuales alcanzan a más de 45 millones de personas, casi la mitad de la población de México. También presta servicios de televisión por cable a través de *Cablevisión, S.A. de C.V.*⁷⁹, compañía afiliada que aportó el 4.9% de

⁷⁹ En 1995, *Grupo Televisa* vendió a *Teléfonos de México, S.A. de C.V.*, el 49% de *Cablevisión* por aproximadamente 211 millones de dólares..

las ventas netas en 1995. *Cablevisión* es la empresa de cable más grande de México, la cual opera en la Ciudad de México y su zona metropolitana; ofrece 24 canales de servicio básico, 7 servicios adicionales *Premium* y 3 canales de PPV.

Además de lo anterior, Grupo *Televisa* cuenta con una división más que denomina "Otros Negocios"; dentro de ésta, a través de su filial *Televisión*, produce películas de largometraje en español. La empresa también distribuye en México películas extranjeras. En 1995 distribuyó 28 películas, la mayoría extranjeras. Con una participación del 37% en *Vendor, S.A. de C.V.*, *Televisa* comercializa anuncios exteriores, reforzando así su plan de ventas múltiples para sus clientes; además promueve espectáculos deportivos (la compañía es titular de los derechos fiduciarios del *Estadio Azteca* y es propietaria de dos equipos de fútbol soccer: *América* y *Necaxa*). La compañía también promueve y transmite corridas de toros en toda la República Mexicana, renta anualmente la *Plaza de Toros México* y tiene los derechos de transmisión de las funciones de lucha libre profesional de la AAA. Asimismo, cuenta con *Televiteatros*, su filial productora de obras teatrales. Por otro lado, *Televisa* presta servicios de doblaje y subtítulo en *Audio Master 3000* y de mensajes electrónicos personalizados (*paging*) a través de su participación del 51% en *SkyTel*. Por otra parte, Grupo *Televisa* es uno de los propietarios de *Univision*, la cadena de televisión de habla hispana más importante de Estados Unidos. *Univision* alcanza al 90% de los telehogares hispanos en Estados Unidos, lo cual equivale a aproximadamente 27 millones de personas y cuenta con 17 estaciones afiliadas en las ciudades más importantes de ese país. Una de las fuentes de alto crecimiento de *Univision* en los últimos cinco años ha sido la programación que *Televisa* proporciona. En 1995, por ejemplo, *Univision* transmitió ocho de los diez primeros programas de mayor popularidad entre los televidentes de habla hispana bilingües, de los cuales, tres fueron producidos por *Televisa*.⁸⁰

⁸⁰ Informe Anual 1995, Grupo *Televisa*, México, 10 de marzo de 1996.

Esto hace de *Grupo Televisa* una empresa que participa activamente en todo el espectro de la industria de los servicios de entretenimiento a nivel nacional e internacional. Como ya lo demuestra lo anterior, *Televisa* cuenta con canales de distribución muy diversos, que van desde un periódico hasta la red de satélites de *PanAmSat*, y muy pronto un servicio de DTH para toda la región latinoamericana y del Caribe. Igualmente, presta servicios de transmisión vía satélite con *PanAmSat*, donde tiene el 40.5% de participación. *PanAmSat* tiene aproximadamente 300 clientes entre los que se incluyen las empresas de telecomunicaciones más importantes del mundo.

Ahora bien, durante 1995 *Televisa* produjo aproximadamente 2,439 medias horas de telenovelas, esto equivale a aproximadamente 14 telenovelas de 180 capítulos de media hora en promedio y alrededor de 6.68 medias horas diarias, lo cual está muy por encima de los niveles internacionales de producción. Ese mismo año produjo 210 medias horas de telenovelas en inglés. Estas telenovelas son un nuevo producto de la compañía con miras a penetrar en el mercado de Estados Unidos dentro de la comunidad anglosajona. Estas producciones (hasta el momento cinco) se realizan en las instalaciones de *Televisa San Angel* y resultan altamente atractivas en términos de costos, ya que éstos son marginales puesto que los sets, equipo y personal son los mismos que se utilizan para las versiones en español de las mismas telenovelas. Los actores estadounidenses que participan en estas producciones, al igual que el director de escena, son contratados por la empresa sólo por el tiempo que dure la producción. En 1995 también se produjeron aproximadamente 1,141 medias horas de programas unitarios (los que se transmiten una vez por semana) y 5,952 medias horas de programación para *TeleHit* y *Ritmoson*, los cuales son dos canales musicales de *Cablevisión*. Lo anterior da un total de 9,742 medias horas de producción original, tan sólo en las instalaciones de producción de *Televisa San Angel*, sin tomar en cuenta la producción de noticieros y programas especiales (deportivos y musicales principalmente). Las telenovelas de

Televisa se han vendido a más de 130 países y han sido dobladas a más de 30 idiomas, entre ellos indonés, ruso, chino, japonés, italiano, alemán, portugués, etc. La empresa, según datos del *Informe Anual de 1993*, produce más programación que la *ABC, CBS, NBC* y *Fox* juntos, ya que en ese año se produjeron 42,000 horas y 48,000 en 1995. *Televisa* cuenta con una videoteca con más de 100,000 medias horas de programación en español; así, la compañía tiene una gran ventaja comparativa a nivel internacional de gran utilidad para satisfacer las altas demandas de programación del DTH.

En términos de costos, *Televisa* produce una telenovela con aproximadamente una cuarta parte de lo que se invierte en Estados Unidos, por ejemplo, y produce un capítulo de media hora en un día, mientras que en España, por ejemplo, les toma de 10 a 15 días producir lo mismo. Esta alta productividad se atribuye básicamente a la integración vertical y horizontal de la empresa; la mano de obra mexicana es una de las más baratas a nivel internacional y muchos de los elementos para la creación de programas son parte de la infraestructura de producción, llámese estudios, equipo técnico de alta calidad digital, instalaciones de posproducción, servicios de maquillaje, peinados, caracterización, vestuario, talleres de escenografía, etcétera. Esta gran capacidad de elaboración de programas de alta calidad, aunadas a una atractiva estrategia de costos y economías de escala, significa una ventaja comparativa para *Grupo Televisa*.

Actualmente *Televisa* está considerando la posibilidad de vender el resto de su propiedad de *Cablevisión* y *PanAmSat*, y, probablemente, *Vendor*. En su momento, estas inversiones resultaron esenciales para el crecimiento de la empresa en la medida que constituyen importantes medios de distribución para su programación; no obstante, la empresa considera que en vísperas del siglo XXI será más competitiva y productiva una empresa altamente especializada en lugar de un gran conglomerado de empresas. *Televisa*

planea regresar a su negocio principal: la producción de programas de entretenimiento.

Cuadro 6⁸¹



3.1.2 La participación de Organizações Globo en las comunicaciones internacionales

Organizações Globo tiene intereses en *Rede Globo de Televisao*, la empresa de producción y distribución más sobresaliente del Brasil; asimismo en *GloboSat*, una entidad de servicio de cable; en *Net-Brasil*, la empresa de MSO⁸² más sólida del Brasil; en *NetSat*⁸³, el líder en distribución de servicios de programas para el mercado DTH

⁸¹ Informe Anual 1995, Grupo Televisa, México, 10 de marzo de 1996, p. 5.

⁸² MSO significa *Multi System Operators* por sus siglas en inglés y se refiere a operadores de sistemas de TV de cable.

⁸³ *PanAmSat* inició en mayo de 1996 las pruebas de transmisión de DTH en Brasil bajo el nombre de *NetSat Servicios*.

banda-C; en *Editora Globo*, la segunda compañía de publicaciones de revistas más grande del Brasil; en *Sistema Globo de Radio*, la red más importante de radio del Brasil; y en *O Globo*, el periódico tradicional de Río de Janeiro y el segundo de mayor circulación en el Brasil.

Una página de *Globo* en *Internet* asegura que la *Rede Globo de Televisao* cubre actualmente el 99.84% de las poblaciones brasileñas. El crecimiento de la *Rede Globo de Televisao* se refleja en importantes cifras: 91 estaciones afiliadas, *ratings* del 74% en *prime time*, 56% en la mañana, 59% en la tarde, y 69% en la noche. Recibe el 75% del total del presupuesto de publicidad destinado a televisión.

El 80% de las 21 horas de transmisión diaria (24 horas en fines de semana) se produce en los estudios de *Globo*. Las producciones de *Globo* son dobladas en varios idiomas y se exportan a más de 130 países. *Globo* tiene cerca de 8 mil empleados y cuenta con aproximadamente 4 mil personas directamente involucradas en la producción de programas: escritores, directores, actores, diseñadores de vestuario, escenógrafos, productores y técnicos.

Globo produce y transmite un gran número de telenovelas, series, miniseries, y programas especiales. Asimismo, produce programas cómicos, de entretenimiento, musicales y noticieros.

En total, estas producciones acumulan en promedio 4,420 horas anuales, posicionando a *Globo* entre los productores de televisión más importantes del mundo. De hecho, la *Red de Televisión de Globo* se mantiene como líder en Brasil, ya que además de los programas de entretenimiento y de información, proporciona programas educativos y campañas de interés público que abarcan áreas como higiene, vacunas, derechos de los niños y adolescentes, y consciencia cívica.

Una permanente preocupación por el progreso técnico y la búsqueda diaria de la excelencia, así como el incremento de la

productividad, lo cual asegura la alta competitividad de Globo en el mercado internacional, han resultado en *Projac*, las nuevas instalaciones de Globo. Los edificios se extienden sobre una superficie de 120 mil metros cuadrados. Este complejo incluye nueve estudios de mil metros cuadrados cada uno, oficinas, almacenes de vestuario, sets exteriores e instalaciones de posproducción.

3.1.3 Los negocios de *The News Corporation Limited* dentro del mundo de las comunicaciones

The News Corporation Limited es una de las empresas más grandes de medios de comunicación en el mundo y uno de los fundadores de la plataforma DTH de mayor éxito en el mundo, *BSkyB* en Inglaterra y *Star TV* en Asia. Las diversificadas operaciones de *News Corp.* incluyen la producción y distribución de películas (a través de los estudios cinematográficos de la *20th Century Fox*) y de programas de televisión; transmisión de televisión (a través del canal *Fox* en los Estados Unidos); televisión por cable y vía satélite (a través del canal *Fox*) y tiene intereses en *CineCanal* y *Telecine* en América Latina, entre otros negocios alrededor del mundo. Además, opera servicios de cómputo *on-line* y tiene intereses de participación en la publicación de periódicos, revistas y libros.

3.1.4 La participación de *Tele-Communications International, Inc.* en los sistemas internacionales de comunicación

Tele-Communications International, Inc. es una empresa de telecomunicaciones que compone una red global de distribución de video, programación original y telefonía en 20 países en cuatro continentes. Las actividades de TCI se concentran en América Latina, Europa, Asia y Estados Unidos donde tiene intereses de propiedad en televisión por cable. Para el 30 de septiembre de 1995, TCI contaba ya con intereses de propiedad en empresas que ofrecen servicios de cable a 2.4 millones de suscriptores básicos en el mundo,

distribuyendo 31 servicios de programación a millones de personas, y proporcionando más de 400,000 líneas telefónicas.

Tele-Communications International, Inc. tiene el 40% de interés indirecto en *Cordillera*, una empresa chilena de comunicaciones, a través de su 80% de interés en *Bresn International Partners*, en Chile.

3.2 Consideraciones sobre el aspecto comercial del proyecto DTH-México

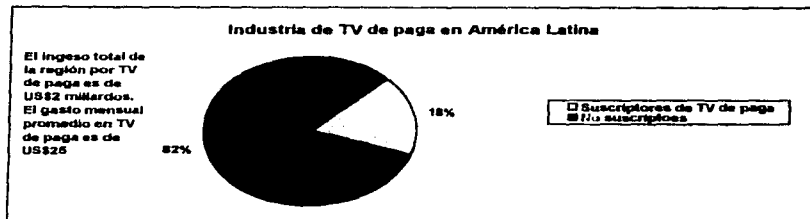
En lo que respecta al servicio de DTH en México, cabría primero realizar un análisis de mercado para saber si este servicio, cuyo precio oscila entre los 400 y 1100 dólares por la adquisición del equipo terminal más las rentas mensuales del servicio, podría contar con suficientes consumidores, debido a la recesión imperante que vive nuestro país. Tal parece que el servicio DTH estará sólo al alcance de las capas de la sociedad cuyos ingresos son considerables y van más allá de la satisfacción de las necesidades básicas, por lo menos en el corto y mediano plazo. Es muy probable que con el paso de los años, la competencia para brindar este servicio crecerá, los costos bajarán y algún día dejará de ser un lujo.

Un estudio realizado por la TAP (*Asociación de Programadores de Cable para América Latina*) indica que el principal mercado de DTH es el hispánico estadounidense, ya que su poder adquisitivo conjunto rebasa el PIB de México y otros países latinoamericanos (ver cuadro 7). Este estudio también revela que, en 1995, aumentó en un 16% el número de cablehogares en Latinoamérica, lo cual equivale a aproximadamente 2 millones⁸⁴ de dólares.⁸⁵ Actualmente existen casi 10 millones de suscriptores de TV de paga en América Latina, generando aproximadamente 3 billones de dólares al año en ganancias. Con su plataforma DTH-América Latina, *Televisa* planea penetrar en las clases medias a altas ganando a otras empresas un porcentaje significativo del mercado. Las cifras de televisión por cable son muy útiles al proyectar el futuro del servicio DTH, ya que ambos entran dentro de la categoría de televisión de paga, lo cual demuestra quiénes y cuántos son capaces de pagar por estos servicios.

⁸⁴ Un millardo es igual a un millón de billones.

⁸⁵ "DTH y Telefonía", en *ADCEBRA*, No. 50, México, Editorial La Cebra, S.A. de C.V., abril, 1996, p. 60.

Cuadro 7⁸⁶



El servicio DTH está planeado a futuro para satisfacer un mercado potencial latinoamericano de aproximadamente 450 millones de personas y 15 millones en el sur de Estados Unidos. Por ejemplo, *DirectTV Latinoamérica* afirma que México representa el 25% del mercado latinoamericano para DTH, ya que su servicio planea cubrir 35 países; así, esta empresa piensa que dentro de cinco años contará con cinco o seis millones de suscriptores en toda la región.

Por otro lado, ciertos estudios de mercado estiman que en México existen alrededor de 17 millones de hogares y que para el año 2001 habrá tres millones de suscriptores a sistemas de DTH⁸⁷, los cuales estarán repartidos entre los principales proveedores de este servicio. Lo ideal, desde el punto de vista de estas empresas, especialmente *DirectTV Latinoamérica* y *Sky*, sería que el mercado de suscriptores se repartiera en partes iguales, pero lo cierto es que el que logre un plan de mercado más atractivo y económico será el vencedor.

⁸⁶ "DTH y Telefonía", en *ADCEBRA*, No. 50, México, Editorial La Cebra, S.A. de C.V., abril, 1996, p. 60.

⁸⁷ "DTH: Quien paga primero...", en *ADCEBRA*, No. 53, México, Editorial La Cebra, S.A. de C.V., julio, 1996, p. 81.

Ahora bien, en México el mercado de la televisión de paga también brinda una idea del futuro del DTH. Primero, es importante observar que la televisión constituye una fuente importante de las ventas de *Televisa*; de hecho, la televisión contribuyó en 1995 con el 54.9% a las ventas netas de la compañía y la televisión por cable, a través de sus subsidiaria Cablevisión, el 4.9% de las mismas. El *Reporte Anual 1995 de Grupo Televisa* afirma que el mercado de la televisión por cable en México tiene un potencial de crecimiento elevado. Esta aseveración se basa en el incremento de suscriptores; en 1995, Cablevisión contaba con 175,000, lo cual equivale al 16% del total de suscriptores en el país. Este reporte también informa que existen más de 1.1 millones de telehogares suscritos a 145 sistemas de televisión por cable en todo el país, lo cual representa aproximadamente el 7.3% del total de los telehogares en México, considerando que existen alrededor de 15 millones de telehogares en nuestro país. Por otra parte, "analistas del sector telecomunicaciones de la región latinoamericana manifiestan escepticismo sobre la rentabilidad de este servicio en el corto plazo, dados los retrasos de infraestructura y bajos niveles de ingreso en gran parte de América Latina. La televisión por cable, que es en principio más barata que la inversión que requerirá al consumidor el DTH, tiene una penetración del 12% en toda la región, según estadísticas de la correduría *Salomon Brothers*".⁸⁸

En Estados Unidos, durante los dos primeros trimestres de 1996, el precio del equipo necesario para el servicio DTH variaba entre los 400 a los 1,100 dólares dependiendo de la marca y del equipo adicional que se desee obtener para tener acceso a los múltiples beneficios del DBS. Sin embargo, ya para el tercer trimestre de 1996, los precios bajaron hasta los 200 dólares. Por ejemplo, *Thomson Consumer Electronics* (propietario de RCA y GE) y Sony fabrican los decodificadores y las antenas de 60 cm.

El *hardware* se conoce como *Digital Satellite System* o DSS. *Thomson* actualmente vende dos paquetes de *hardware* DSS bajo el

⁸⁸ Diario *EL Universal*, México, lunes 17 de junio de 1996, p. 1.

nombre de RCA y uno bajo el nombre de GE. Sony vende un paquete básico y de inicio *Step-up*, y un paquete avanzado. Ambos fabricantes proporcionan en sus paquetes el decodificador, la antena, el control remoto y los cables para conectar el decodificador a un solo televisor o videocasetera.

A continuación se muestran algunos precios⁸⁹ de equipos terminales de diferentes marcas y lo que contienen.⁹⁰

- **Paquete básico RCA** (modelo DS1120RW) \$600 dólares (antena y control para una sola TV).
- **Paquete RCA "Deluxe"** (modelo DS2430RW) \$800 dólares (control remoto universal, antena y señal para todos los televisores o videocaseteras conectadas, salidas adicionales de audio y vídeo, y un puerto de datos adicional).
- **RCA DS4430RA** con un precio al menudeo de \$900.
- **RCA DS7430RA** con un precio al menudeo de \$950.
- **ProScan PS84360A** con un precio al menudeo de \$1000
- **Paquete básico Sony** (Modelo SAS-BS1) \$650 dólares (antena, control y decodificador para una sola TV).
- **Paquete mediano Sony** (Modelo SAS-BD-1) \$750 dólares (decodificador con antena que permite conectar otros decodificadores comprados por separado y control).
- **Paquete "Primera Generación" Sony** (Modelo SAS-AD1) \$850 dólares (incluye el decodificador con una antena más sofisticada; el decodificador tiene un contador de tiempo que puede sincronizarse con el de la videocasetera para poder grabar diferentes canales, salidas de audio y vídeo y un control remoto con *joystick*).⁹¹

⁸⁹ Estos precios se cotizaron en Estados Unidos durante 1995 y hasta junio de 1996.

⁹⁰ Información recopilada por el autor en Internet.

⁹¹ *Joystick* significa "palanca para juegos".

Estos son algunos de los precios que estos fabricantes ofrecen en el mercado de Estados Unidos para el servicio DTH. Es difícil imaginar que México, al tipo de cambio de 7.5 pesos por dólar americano, pueda ser en el corto plazo un mercado altamente demandante de este servicio. No obstante, *MVS DirectTV* piensa cobrar aproximadamente \$3,199.99 pesos por la renta del equipo básico que consta de la antena, el decodificador, el control remoto y la suscripción. Cobrará una cuota anual por derechos en caso dado que el suscriptor sea dueño del equipo y el costo del servicio por 20 canales será de \$450 pesos al mes. *Televisa* por su parte, aún no ha dado a conocer sus precios, pero ha llegado a pensar en la posibilidad de financiar o subsidiar el costo del equipo para hacerlo más accesible; sin embargo, esto aún no está confirmado.

A pesar de que las cifras pueden parecer exageradas, es interesante hacer notar que la tecnología, a medida que se desarrolla, proporciona servicios como éste a menor precio y que, además, la competencia que existirá en México del servicio DTH, puesto que son ya cuatro empresas incluyendo a *Televisa* las que planean explotarlo, resultará en beneficios para el consumidor. No debe olvidarse la experiencia del mercado de la telefonía celular en México. Este servicio, al momento de su introducción, era sumamente costoso; actualmente es más accesible para la clase media y media baja. En general, se espera que la industria de las telecomunicaciones crezca en un cien por ciento a finales de este siglo. Los indicadores muestran que el DTH será uno de los principales agentes en términos de crecimiento y utilidades.

3.2.1 Características y objetivos del proyecto DTH de Televisa-Globo-News Corp.-TCI

El proyecto DTH-México de la alianza *Televisa-Globo-News Corp.-TCI* tiene características importantes que lo distinguen y dan ventaja frente a sus competidores en el mercado mexicano para el DTH. Una de ellas es el tipo de programación que ofrecerá, en cuanto

a idioma y variedad. Mientras que *DirectTV* y *Telered Medcom*⁹² ofrecerán una mayoría de canales en inglés y pocos en español, *Televisa* y sus aliados proporcionarán una gran variedad de programas de entretenimiento, informativos y deportivos en español (muchos de ellos producidos por *Televisa*), ya que prácticamente el 70% de la programación será en este idioma, mientras que el 30% restante será en idiomas como portugués, inglés y francés, para el mercado latinoamericano.

Otra característica importante es la experiencia que *Televisa* tiene ya como exportador de programas y la creciente demanda de los mismos en el mercado mundial, lo cual convierte a la empresa en un fuerte competidor internacional. *Televisa* exporta su programación a más de 130 países y sus programas se han doblado a más de 25 diferentes idiomas. En este sentido, un destacado ejecutivo del área de finanzas de la compañía explicó al periódico *Reforma* que *Televisa*, a diferencia de sus competidores de DTH en México, está apoyada en la exportación de programación, principalmente telenovelas a Europa y a Estados Unidos, y que además, *Televisa* tiene la capacidad de producción que muy pocas compañías tienen en el mundo y esto es importante al considerar que el DTH es un devorador de programas. En su entrevista con mencionado periódico, explica que *Televisa* considera que "el medio de distribución más interesante que se ha presentado en los últimos años es el DTH. Esta capacidad de llegar directamente a los hogares con un número importante de canales de televisión, dándole al usuario la capacidad de decidir qué pagará por ver, será un importante medio de distribución para la producción de la empresa".⁹³ *Televisa* espera que el DTH se convierta en su principal fuente de ingresos dentro de unos 10 años, ya que según cálculos de la empresa, más del 40% de la inversión de sus socios en la compra de programas para este servicio se destinará a la compra de programas de *Televisa*. Así, esta empresa

⁹² Grupo Financiero Inbursa y Grupo Medcom capitalizarán Telered Medcom. Inbursa participa con 40% y Medcom con el 60% restante. Ver *El Financiero*, México, 29 de marzo de 1996, p. 12.

⁹³ Diario *Reforma*, México, 10 de junio de 1996, p. 38A.

tendrá dos tipos de interés en el DTH: primero como copropietario del sistema de distribución, y segundo como proveedor de producción de ese mismo sistema. *Televisa* tendrá una enorme cantidad de señales de paga para entrar al DTH, serán exclusivas para su sistema y ésta será la diferencia.

La cantidad de canales es otra característica importante que distinguirá esta alianza de sus rivales. El DTH de *Televisa* planea transmitir 120 canales, con lo cual brindará un mayor número de opciones a los suscriptores que sus competidores en el mercado de América Latina. En México, el DTH de *Televisa* brindará al suscriptor entre 30 y 40 canales iniciales más algunos de PPV durante la primera fase del proyecto, utilizará siete transpondedores del satélite Solidaridad 2, con lo cual transmitirá nueve canales por transpondedor. La segunda fase del proyecto DTH de *Televisa* utilizará el satélite Pas 5 de *PanAmSat*, cuyo lanzamiento está programado para julio de 1997, donde *Televisa* contará con 12 transpondedores más para ampliar su servicio.

Ahora bien, el DTH en general tiene por objetivo central proporcionar al mercado de la televisión, tanto en México como en otras regiones donde ha surgido y surgirá, un tipo de entretenimiento nuevo y revolucionario. El suscriptor tendrá múltiples opciones en cuanto a idioma, contenido y horario de los programas que desee ver y la publicidad entre programas será mucho menor, por lo menos en un principio, que la que normalmente recibe a través de señales de televisión abierta. Este último aspecto del DTH tiene una doble cara, ya que desde el punto de vista del productor de los programas, será el suscriptor el que pague por dicha producción, mientras que en el caso de la televisión abierta, son los anunciantes quienes generan la recuperación de la inversión y las utilidades de los productores de programas, aunque finalmente el televidente termina siendo la fuente de ingresos del negocio de la televisión al comprar los productos que en ella se anuncian. A medida que el DTH tenga más suscriptores, aumentará el número de anunciantes y el costo de la

programación se distribuirá entre el consumidor y el anunciante. Por otro lado, el DTH, a diferencia de los sistemas de cable, no necesita el mantenimiento que requiere una red de cable coaxial; no tiene costos de energía, ya que sólo hace uso del espectro radioeléctrico, el cual permite no 40, sino hasta 128 canales, de los cuales, al menos la mitad pueden ser de PPV; además, el equipo tiene una duración de por vida.

3.2.2 Inversión de Televisa y otras empresas que pretenden brindar el servicio DTH en México

El DTH representa un gran negocio para *Televisa*. Durante los próximos dos a tres años planea invertir aproximadamente 180 millones de dólares, con lo cual piensa penetrar a más de 80 millones de hogares en América Latina. La mitad de la inversión se desembolsará durante el primer año para financiar el lanzamiento y los costos de operación del proyecto. El resto se invertirá en los siguientes dos años, y se espera para entonces comenzar a recaudar las utilidades. Algunos expertos, de hecho, opinan que para el año 2000, el DTH representará la mayor fuente de ingresos para la empresa.

MVS (*Multivisión*) invertirá 800 millones de dólares para transmitir cerca de 200 canales. *Telered Medcom*, planea invertir 18 millones de dólares. Esta empresa considera que "el concesionario que ofrezca la mejor calidad de programación, atención a clientes y valor justo por el producto atraerá más la preferencia de los clientes".⁹⁴ *Telered Medcom* planea lanzar su DTH durante el último trimestre de 1996 y piensa invertir durante los tres primeros años 100 millones de dólares.

Originalmente, *Sky* debía ser lanzado durante el primer semestre de 1996; pero no fue así. De acuerdo con diversas fuentes periodísticas, *Televisa* ha retrasado el lanzamiento del DTH en

⁹⁴ *Diario Reforma*, México, 10 de junio de 1996, p. 38A.

México debido a varios factores externos: primero, el fallido lanzamiento del satélite *Intelsat 708*, el retraso en el otorgamiento de la concesión por parte de la *SCT*, la carencia de acuerdos de reciprocidad satelital en los inicios del proyecto, y otros factores como "la falta de recursos frescos y la indecisión para seleccionar al proveedor de las cajas decodificadoras", tal como lo afirma un analista de la correduría de *Goldman Sachs*.⁹⁵ No obstante, una fuente confiable de la empresa asegura que el retraso se debe básicamente a consideraciones operativas y de mercadotecnia, ya que *Televisa* está estudiando la mejor forma de comercializar el servicio en México ante la imperante competencia que se avecina. Asimismo, tanto ejecutivos como técnicos e ingenieros han tenido que aprender este nuevo sistema, lo cual les ha exigido enormes cantidades de tiempo adicional al trabajo cotidiano. Sin embargo, a pesar de los obstáculos que la empresa ha enfrentado, se espera lanzar el servicio DTH en México durante el último trimestre de 1996.

México, dentro de poco, será un mercado donde la competencia del DTH será alentadora para el consumidor, ya que las empresas tendrán que diseñar estrategias de mercado cada vez más accesibles en términos de costo y de calidad en el servicio. No obstante, *Televisa* sigue teniendo una ventaja importante frente a sus competidores nacionales, y ésta es, como ya se dijo anteriormente, su alta capacidad de producción de calidad digital a bajo costo y en poco tiempo, lo cual no tienen ni *Multivisión* ni *Medcom*. A nivel internacional, ésta también es una ventaja significativa frente a sus competidores de producción de programas en español como *Organización Cisneros* u otros, ya que es importante recordar que *Televisa* es líder mundial en la producción de programas en español.

⁹⁵ Diario *EL Universal*, México, 17 de junio de 1996, p. 1.

3.3 Consideraciones sobre la regulación del proyecto DTH-México

El marco jurídico mexicano en materia de telecomunicaciones tuvo que ser ampliado en varios rubros ante la imperante necesidad de regular los nuevos servicios que se introducirían en México a raíz de la política comercial de liberalización y la participación de México en el TLC. Los servicios de telefonía de larga distancia, por ejemplo, ya no serán una exclusividad de *Telmex*, ya que a principios de 1997 comenzarán a operar un gran número de empresas extranjeras como *Avantel* y *AT&T*, entre otras. Asimismo, la introducción del servicio DTH en México requeriría y aún requiere una reglamentación más específica y con menores obstáculos al Comercio Internacional de Servicios. La *Ley Federal de Telecomunicaciones* ha permitido, a través de su regulación en materia de redes públicas de telecomunicaciones, que el servicio DTH penetre en México de una manera más equitativa, fomentando la competencia en nuestro país para este mercado, ya que la *SCT* decidió otorgar los títulos de concesión simultáneamente a *Televisa* y *Acir*, dejándoles libre la oportunidad, una vez adquirida la concesión, de pelear por el mercado.⁹⁶ A pesar de la regulación más específica sobre servicios de redes públicas de telecomunicaciones, algunos expertos opinan que la *Ley Federal de Telecomunicaciones* vino a dificultar la obtención de concesiones debido a la exagerada cantidad de requisitos que deben ser cumplidos por parte del solicitante; además argumentan que la ley licita en exceso las empresas que obtienen la concesión. Es necesario que los trámites para la obtención de concesiones sea agilizado por parte de las entidades de la *SCT* que los llevan a cabo. Existe aún una gran burocracia administrativa en nuestro país en entidades de todo tipo, pero aún más en las empresas e instituciones públicas.

Asimismo, la *Ley Federal de Telecomunicaciones* permitió la concreción de un *Acuerdo entre el Gobierno de los Estados Unidos de*

⁹⁶ *Multivisión* y *Medcom* obtuvieron la concesión para DTH bajo la *Ley General de Vías de Comunicación* el 28 de noviembre de 1994, mientras que *Televisa* y *Acir* las obtuvieron bajo la *Ley Federal de Telecomunicaciones* el 24 de mayo de 1996.

*América y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos en lo Concerniente a la Transmisión y Recepción de Señales de Satélites para la Provisión de Servicios Satelitales para Usuarios en los Estados Unidos de América y en los Estados Unidos Mexicanos,*⁹⁷ el cual incrementa la capacidad satelital de las empresas que prestarán este servicio en México gracias a la posibilidad de utilizar satélites extranjeros. Por otra parte, el subsecretario de *Comunicaciones*, Javier Lozano Alarcón, de la *SCT*, declaró en el foro de las "*Américas Telecom 96*", organizado por la *UIT*⁹⁸ (*Unión Internacional de Telecomunicaciones*) que México "se encuentra a la vanguardia en materia de desregulación y liberalización de toda América Latina, pues en lo que va del gobierno del presidente Zedillo se logró modificar la Constitución para liberar al Estado de su obligación de proveer servicios de telecomunicaciones; se publicó la *Ley Federal de Telecomunicaciones* y se otorgaron nuevas concesiones."⁹⁹ A pesar de estos rápidos cambios en el contenido del marco jurídico mexicano, aún hay muchos vacíos por llenar en materia de reglamentación; el marco jurídico mexicano está quizás en ventaja en comparación con algunos países latinoamericanos, pero rezagado frente a los fuertes competidores internacionales. "La política reglamentaria del gobierno mexicano en materia de telecomunicaciones es incompleta y poco competitiva a nivel internacional, por lo menos en comparación con sus actuales socios comerciales", asegura un estudio realizado por el *Instituto Mexicano de Estrategias (IME)*.¹⁰⁰

⁹⁷ El título del acuerdo en inglés es *Agreement between the Government of the United States of America and the Government of the United Mexican States Concerning the Transmission and Reception of Signals from Satellites for the Provision of Satellite Services to Users in the United States of America and the United Mexican States* (título traducido por el autor).

⁹⁸ La *UIT* (Unión Internacional de Telecomunicaciones) es una agencia especializada de las Naciones Unidas, creada para facilitar cualquier tipo de telecomunicaciones y armonizar las actividades de los Estados miembros en estos campos. La *UIT* se creó en 1932, como servicio de la Unión Telegráfica Internacional que había funcionado desde 1875. Actualmente está formada por 166 países. Sus organismos incluyen una conferencia plenipotenciaria que se reúne cada cinco años para decidir las políticas básicas; dos conferencias administrativas, una de telecomunicaciones -*CCITT*- y la otra para radio y televisión -*CCIR*- que adoptan reglamentos que obligan a los miembros a un consejo administrativo para poner en práctica las políticas. La sede de la *UIT* se encuentra en Ginebra, Suiza. *Glosario Básico de Términos Utilizados en Telecomunicaciones*, *Telecomn, SCT*, México, 1995, p. 297.

⁹⁹ *Diario El Financiero, Secc. Negocios*, México, martes 11 de junio de 1996, p. 13.

¹⁰⁰ *Idem*, p. 13.

La *Ley Federal de Telecomunicaciones*, por su parte, incluye 31 artículos que promueven la inversión de particulares, pero en cada uno se anteponen condiciones como requisitos, prohibiciones, sanciones o registros. Entre estas últimas entran las redes públicas de telecomunicaciones como el DTH. Estas condiciones retrasan y obstaculizan el libre flujo de la inversión y del Comercio Internacional de Servicios de Telecomunicaciones, tanto para nacionales como para extranjeros.

Otra de las razones por las que la concesión tuvo retrasos fue la discusión sobre la contraprestación que los concesionarios pagarían al gobierno federal. De acuerdo con la *Ley de Vías Generales de Comunicación* (Art. 110), los concesionarios están obligados a pagar una participación sobre los ingresos totales que les generara la explotación del servicio. Pero con la *Ley Federal de Telecomunicaciones*, los permisionarios están exentos de pago, lo cual sería el caso de *Televisa* y *Grupo Acir*, ya que sus concesiones se obtuvieron bajo la nueva Ley. Sin embargo, la SCT hizo extensivos los pagos sobre ingresos tarifados a *Televisa* y a *Grupo Acir* de la siguiente manera: en 1996 y 1997, el 1.5%; en 1998, el 2.5%; y en 1999 y después, el 3.5%. La SCT, para otorgar títulos de concesión para DTH, exigió que las compañías, a pesar de tener socios extranjeros, fueran mexicanas, con infraestructura mexicana y dentro del marco legal mexicano. La concesión de *Televisa* se otorgó finalmente el 24 de mayo de 1996.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de esta investigación, muchas de las ideas e información originales tuvieron que ser abandonadas y modificadas por la misma naturaleza dinámica del tema de investigación elegido. Tal es el caso de la falta de acuerdos de reciprocidad satelital. Estos no existían en las fechas en que se inició este estudio (febrero-marzo); sin embargo, ya existía un acuerdo bilateral de reciprocidad satelital entre México y Estados Unidos para el 30 de abril de 1996. Este es también un ejemplo de cómo las urgentes necesidades de la aplicación tecnológica y el Comercio Internacional de Servicios apresuraron a las autoridades correspondientes para actualizarse en este rubro.

El marco jurídico mexicano que regula las telecomunicaciones internacionales se debate entre la desregulación y la apertura ante la liberalización de los mercados y el deseo, casi costumbre y tradición, por preservar la soberanía nacional frente al exterior. "Existe una creciente tensión entre la integración que es requerida para la satisfacción de las necesidades materiales y la particularización que se necesita para satisfacer necesidades intangibles, como las intelectuales, las ideológicas, las religiosas y las políticas. (...) Si la interdependencia genera la supremacía del todo sobre sus partes, la soberanía busca la supervivencia del Estado-nación."¹⁰¹ Esta es una de las paradojas actuales de las relaciones internacionales que se hace presente no sólo en México, sino en el mundo entero; tal es el caso de la Comunidad Europea, la cual reconoce la importancia de la apertura comercial de sus mercados, pero enfrenta conflictos de índole nacionalista y de soberanía que han entorpecido durante años

¹⁰¹ Autores Varios. *Paradojas de un Mundo en Transición*, Seminario Internacional, Secretaría de Relaciones Exteriores, Instituto Matías Romero de Estudios Diplomáticos, México, D.F., junio, 1993, p. 15.

la apertura total de sus fronteras. Es posible que el concepto tradicional de soberanía ya no sea aplicable a ningún país del mundo, especialmente en materia de soberanía económico-política.

Ante esta dinámica de globalización e interdependencia de las relaciones internacionales, encontramos también que las empresas transnacionales, los organismos no gubernamentales e incluso los partidos políticos, han dado vida al fenómeno que algunos especialistas han denominado la "privatización de las relaciones internacionales"; es decir, que el Estado-nación ya no es el único actor de las relaciones internacionales.

México se haya en un período de transición importante que va de las antiguas y paternalistas instituciones a la modernización e inserción dentro de una nueva dinámica mundial. Es por ello que hace falta experiencia en temas como el de la regulación de servicios de telecomunicaciones, ya que son áreas sumamente específicas sobre las cuales México no tiene conocimientos ancestrales. Todos estamos aprendiendo.

Por otra parte, el marco jurídico mexicano en materia de telecomunicaciones continuará sufriendo rápidas modificaciones en la medida que así lo requiera su inserción en el mercado internacional. Asimismo, la SCT, principal institución reguladora de las comunicaciones en México, entrará en un proceso de descentralización; ejemplo de ello es la privatización de *Telecomm* en materia de satélites, que se tiene prevista para el segundo semestre de 1996.

Los servicios de telecomunicaciones modernas, como el DTH, serán para muchos en México un nombre raro fuera de su alcance económico. El DTH, al igual que muchos otros servicios DBS, tardarán algunos años en penetrar en la idiosincrasia del mexicano, y otro tanto en su vida cotidiana. Así como la televisión o el radio en un principio eran algo lejano y extraño para muchos sectores pobres de la población, el DTH y otros tantos servicios de telecomunicaciones

lo son en este momento. México lleva un retraso de más de 30 años con respecto a otros países desarrollados en materia de telecomunicaciones, y su rezago educativo es aún peor. A pesar de eso, México sigue siendo un país cuya población oscila entre los niveles de mayor riqueza y una gran pobreza en el mundo. Posiblemente el DTH alcance a las clases altas y medias altas en el corto plazo, y en un futuro se vuelva accesible a otras capas de la población en la medida que la economía repunte en los años venideros, la población recupere su poder adquisitivo y el país vuelva a una estabilidad relativa.

Para *Televisa*, la competencia en México será difícil, pero tiene fuertes ventajas frente a sus rivales: gran capacidad de producción, bajos costos, alta calidad y programas con gran éxito a nivel mundial. Esto es una gran garantía para una empresa mexicana al insertarse en la dinámica de la globalización de los mercados internacionales donde existe una elevada competitividad. Esta es una de las razones por las que la empresa desea volver a su negocio original y convertirse en un especialista altamente calificado en producción masiva de programas de televisión.

Por otra parte, la presente investigación propone que el marco jurídico mexicano que regula el Comercio Internacional de Servicios en Telecomunicaciones continúe su proceso de desregulación y modernización para llevar a cabo una simplificación administrativa real que permita el flujo libre del comercio hacia nuestro país, respetando los principios legales que salvaguarden el bienestar económico, político y social de México. El aumento de la reglamentación en materia de telecomunicaciones en México es necesaria para asegurar en nuestro mercado una competencia sana, y la desregulación brindará beneficios administrativos a concesionarios y autoridades. Este proceso de liberalización del marco jurídico debe basarse en las formalidades de la Constitución para brindar seguridad y legitimidad al concesionario y al público usuario de los servicios.

A partir de la creación de la nueva *Ley Federal de Telecomunicaciones*, y con la firma de un acuerdo de reciprocidad satelital y pronto un primer protocolo en materia de transmisión de señales DTH, inicia una etapa revolucionaria de las telecomunicaciones en México, lo cual es ya un gran avance de nuestro país en su inserción dentro de la dinámica globalista e interdependiente del Comercio Internacional de Servicios y de las telecomunicaciones internacionales.

Fuentes documentales, bibliografía y hemerografía

1. Conferencias:

- Autores Varios, "Liberalización y Competencia de las Telecomunicaciones en México", *International Institute of Wireless Communications Spring Conference Program*, Dallas, Texas, 27 de marzo de 1996.
- Autores Varios, *Memoria del VI Congreso Internacional sobre la Protección de los Derechos Intelectuales (del autor, el artista y el productor)*, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual-SEP-Federación Mexicana de Sociedades Autorales, México, D.F., del 25 al 27 de febrero de 1991.

2. Tesis

- Salgado Maicks, Marcela. *México ante la Globalización del C.I.S. El Caso de las Telecomunicaciones*. Tesis, ENEP ACATLAN, UNAM, México, 1995.
- Alcántara López, Gabriel. *Diseño de una Red Satelital para la Transmisión de Voz y Datos*, Tesis Profesional, Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, IPN, México, Noviembre de 1991.

3. Documentos

- "Ley Federal de Telecomunicaciones", en *Ley de Vías Generales de Comunicación*, Colección Leyes y Códigos de México, México, Ed. Porrúa, 1996.
- "Ley de Inversión Extranjera", en *Estatuto Legal de los Extranjeros*, México, Ed. Porrúa, 1994.
- "Ley de Comercio Exterior", en *Estatuto Legal de los Extranjeros*, México, Ed. Porrúa, 1994.

- "US National Study on Trade Services: a submission by the U.S. Government to the GATT", U.S. Government Printing Office, 1984.
- "Telecommunications Act of 1996", Estados Unidos, Título VI, Sección 602, 8 de febrero de 1996.
- "Acuerdo por el que se Establece el Procedimiento para Obtener Concesión para la Instalación, Operación o Explotación de Redes Públicas de Telecomunicaciones Interestatales, al Amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones, Secretaría de Comunicaciones y Transportes", *Diario Oficial de la Federación*, México, D.F., 4 de septiembre de 1996, pp. 20-25.
- "Tratado de Libre Comercio para América del Norte", Capítulo XIII, Tomo 1, SECOFI, México, Corporación Editorial Mac, S.A. de C.V., pp. 247-251.
- Organización Mundial del Comercio, *El Comercio Internacional 1994*, Ginebra, 1995.
- "Informe Anual 1994 Grupo Televisa", México, Grupo Televisa, S.A., 1994.
- "Informe Anual 1995 Grupo Televisa", México, Grupo Televisa, S.A., 1995

4. Libros

- Feketekuty, Geza. *Comercio Internacional de Servicios*, México, Ger-nika, 1990.
- Ploman W., Edward. *Satélites de Comunicación*, México, G.Gili, 1985.
- SIPRI (Stockholm International Peace Research Institute), *Outer Space -Battlefield of the Future?*, Londres, Inglaterra, Taylor & Francis Ltd., 1978.
- Brown, Seyon et al. *Regímenes Jurídicos para el uso del Océano, la Atmósfera y el Espacio Exterior*, Argentina, Ediciones Tres Tiempos, Colección Ensayos 20, 1982.

- Perezniето Castro, Leonel. *Derecho Internacional Privado*, México, Ed. Harla, 5a. ed., 1991.
- Velázquez Flores, Rafael. *Introducción al Estudio de la Política Exterior de México*, México, Nuestro Tiempo, 1995.

5. Publicaciones periódicas

- *Communications International, International Bussines Magazine of the Year 1994*, Vol. 22, No. 10, Octubre de 1995.
- *Comunicación Media*, No. 4, Abril-Mayo de 1994.
- *Uno, Dos, Tres por Todos*, Televisa San Angel, Vicepresidencia de Imagen Corporativa, publicación interna, No. 48, 1996.
- ADCEBRA, *La Revista Mexicana de Mercadotecnia, Publicidad y Comunicación*, No. 50, Abril de 1996.
- De Mateo, Fernando y Françoise Carner. "Los Servicios en la Ronda Uruguay", *Comercio Exterior*, Vol. 44, No. 12, México, Banco Nacional de Comercio Exterior, diciembre de 1994.
- De Mateo, Fernando. "Servicios en el Sector Externo", en *Comercio Exterior*, Vol. 46, No. 2, México, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., febrero de 1996.
- *Diario El Economista*.
- *Diario El Financiero*.
- *Diario Reforma*.

6. Internet

- *Spaceway* - <http://www.hcisat.com/SPACEWAY/revolution.html>, 7 de julio de 1996.
- *Satellite Journal International* - 71165.2032@Compuserve.com.
- *DIRECTV* - <http://www.directv.com>.
- *Radio Satellite Corporation* - <http://www.radiosat.com/radiostar/>

- *Digital Broadcast System* - <http://www.dbs.digifix.com/DBS/index.html>.
<http://www.datasat.com/news/>
- *The U.S. International Trade in Goods and Services* -
<http://www.census.gov:80/ftp/pub/foreign-trade/www/>

**Esta tesis
fue elaborada e impresa
durante el programa
de titulación
de Televisa.**

1997