



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

EL CANAL DE TV CABLE "ESPN LATINOAMERICA",
SU FUNCION OPERATIVA, DISTRIBUCION DE
CONTENIDOS Y PUBLICIDAD (1995-1998)

T E S I N A

P A R A O B T E N E R L A

L I C E N C I A T U R A E N C I E N C I A S D E L A C O M U N I C A C I O N

P R E S E N T A :

ISOLDA ESTELA LARA NUÑEZ

DIRECTOR DE TESINA: LIC. RUBEN SANTAMARIA VAZQUEZ



MEXICO, D.F.

286332
2000



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.

Jurado Asignado:

Prof. Aurora Tovar Ramirez
Prof. Georgina Paulin Pérez
Prof. Virginia Reyes Castro
Prof. Nora Santacruz Chavando
Prof. Rubén Santamaría Vázquez

Trabajo realizado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y en Productora y Comercializadores de Televisión S.A de C.V.

Asesor del Tema:

Lic. Rubén Santamaria Vázquez

Sustentante:

Isolda Estela Lara Núñez

| INDICE | Páginas |
|---|----------------|
| Agradecimientos | 5 |
| Dedicatoria | 6 |
| Introducción | 7 |
| 1. Antecedentes de la Televisión por Cable en México | 10 |
| 1.1 La Televisión por Cable en México..... | 15 |
| 1.2 Legislación de la Televisión por Cable en México..... | 20 |
| 2. ESPN, Su Historia y Expansión Internacional | 25 |
| 2.1 ESPN (Cronología)..... | 25 |
| 2.2 Empresas que conforman ESPN..... | 26 |
| 2.3 Distribución Internacional de ESPN..... | 35 |
| 2.4 Los Programas Internacionales de ESPN en México..... | 39 |
| 2.5 Otras Redes de ESPN en el Mundo..... | 42 |
| 3. Que es PCTV ? | 44 |
| 3.1 Objetivos de PCTV..... | 44 |
| 3.2 Aspectos Tecnológicos de PCTV..... | 45 |
| 3.3 Los canales de PCTV..... | 48 |
| 3.4 La Programación de PCTV..... | 53 |
| 3.5 La Comercialización en PCTV..... | 55 |
| 3.6 La relación PCTV - ESPN..... | 58 |
| 4. Función Operativa de ESPN Latinoamérica en México | 61 |
| 4.1 Antecedentes de ESPN Latinoamérica en México..... | 62 |
| 4.2 Función Operativa en General de ESPN Latinoamérica..... | 63 |
| 4.3 Comercialización de ESPN Latinoamérica en México..... | 67 |
| 4.4 Control de Clientes y Publicidad de ESPN Latinoamérica en México..... | 67 |
| 4.5 Producción de ESPN Latinoamérica en México..... | 74 |
| 4.6 Programación de ESPN en México..... | 74 |

Conclusiones.....77
Bibliografias.....81

AGRADECIMIENTOS

Agradezco la enorme ayuda, en conocimientos, confianza y paciencia que el Licenciado Rubén Santamaría Vázquez me brindó. Así también agradecer en especial a todas las Profesoras Aurora Tovar Ramírez, Georgina Paulín Pérez, Nora Santacruz Chavando y Virginia Reyes Castro, por su paciencia, sus observaciones realizadas a mi trabajo y por haber permitido que sea una herramienta útil para los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Finalmente quiero agradecer a Productora y Comercializadora de Televisión (PCTV) por su gran apoyo brindado para la realización de este trabajo, el Licenciado. Carlos Sánchez del área de programación y al Ing. González, Licenciada Veronica Arenas Mancilla y Licenciada. Patricia Garduño Lara del área de comercialización y a la UNAM por haberme permitido ser parte de esta Institución.

DEDICATORIA.

Dedicó este trabajo a mi Madre Isolda Núñez de Lara por creer en mí y que día con día, hay que luchar para conseguir lo que se desea. Porque eres y serás siempre una gran ejemplo para mí. Por tu fortaleza y decisión para enfrentar los retos. A mi Padre Manuel Lara Franco por enseñarme a seguir adelante y también a mi hermanos Manuel, Rogelio, Odette, Gerardo, Aurora y por último Arturo por su apoyo y cariño que me brindaron en todo momento.

Este trabajo es una dedicatoria a mí Abuelito Arturo Núñez González, a mí Tío Ulises Núñez Ruizvelazco y a mí Tío Rogelio Dávila Medina que siempre me apoyaron. Y en especial a tí Jorge Zambrano Cardiel que me apoyaste hasta el último proceso de este hermoso trabajo, te agradezco tú cariño, tú ánimo y apoyo para que pudiera realizar una de mis grandes metas. Por último a mis amigos de la carrera que me apoyaron en todo momento.

**Con todo Amor y Cariño.
Isolda Estela Lara Núñez.**

2. **Antecedentes de la Televisión por Cable en México.....**

INTRODUCCION

Este es el primer trabajo de Tesina enfocado a un canal deportivo que transmite las 24 hrs por la televisión por cable.

La importancia económica que tiene este canal se refleja en su expansión por todo el mundo y especialmente en México por la cercanía geográfica que se tiene con Estados Unidos. ESPN es un proveedor de eventos deportivos a nivel mundial y su enorme desarrollo ha beneficiado a los concesionarios de PCTV, (Productora y Comercializadora de Televisión), tanto en lo económico como en el creciente número de suscriptores.

El objetivo principal del presente trabajo es sistematizar, analizar y aportar elementos que contribuyan a incrementar el conocimiento sobre un tema poco explorado: la Televisión por Cable y la Cadena de Televisión por Cable ESPN.

ESPN¹ es una empresa nacida en Estados Unidos y que ha expandido su área de distribución de señales en México como en otras partes del mundo.

El presente trabajo es un análisis de la función operativa, historia y expansión de ESPN Latinoamérica en Estados Unidos y en México, a través de PCTV (Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V.); así como sí distribución de contenidos y publicidad.

¹ ESPN significa Entertainmet and Sports Programming Network información obtenida de espn.go.com 26 octubre 1995.

Con la experiencia de trabajo con la que cuento en ESPN Latinoamérica actualmente, he aprendido la importancia que tiene la programación de contenidos de señal, diferidos, grabados o en vivo, por ESPN Latinoamérica en México. Cada evento cuenta con una comercialización específica a través de PCTV. También es importante la producción propia y cómo PCTV hace su introducción a la programación diaria.

Esta tesina comienza en su primer capítulo con los antecedentes de la Televisión por Cable en Estados Unidos, Europa y México, desde los años cincuenta hasta los noventa. En esta parte se abordan aspectos técnicos y de otra índole que contribuyeron a la expansión de la Televisión por Cable en esta parte del mundo.

Este capítulo también analiza el nacimiento y el desarrollo de la Televisión por Cable en México, la legislación que en México existe sobre la misma, así como la mención de las empresas de Televisión por Cable importantes que operan en México.

El capítulo dos está enfocado a la historia y expansión de la cadena de Televisión ESPN Latinoamérica. Aquí comienzo de una manera cronológica con los antecedentes que dieron origen a lo que es ESPN, así mismo se analizará la distribución de las redes que conforman a ESPN en el mundo, la programación internacional y las inversiones de la misma. Una de esas redes de expansión se encuentra en México, a través de la distribución de PCTV.

Con el capítulo tres se inicia la historia de PCTV, desde su nacimiento en 1989 a la fecha. Se plantean los objetivos de PCTV tiene en su parte tecnológica, así como la comercialización, programación, transmisión y la importante relación que mantienen con ESPN Latinoamérica.

Por último analizaré la función operativa de ESPN Latinoamérica en México, su aspecto comercial con los patrocinadores, en la producción, programación y la publicidad de ESPN en México para su transmisión.

1. ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN POR CABLE

La Televisión por Cable es conocida como Cable Tv, Cablevisión o CATV, surgió en los años cuarenta con John Walston, era un distribuidor de aparatos electrónicos en Pennsylvania, y quien encontró una forma de mejorar una imagen borrosa y pudiendo recibir señales distantes por medio de una antena sobre la cima de una montaña cercana conectada a un televisor a través de un cable coaxial.

Los problemas de recepción de imágenes por obstáculos físicos o técnicos se debe a que las señales de televisión aérea viajan en trayectoria recta, unas de ellas son: las condiciones climatológicas, las grandes distancias, edificios elevados, montañas e incluso interferencias por elementos artificiales. Por eso se ha corregido este problema durante un tiempo, ya que los hoteles y edificios usaron antenas maestras transportando señales televisivas a muchos aparatos en la misma construcción.

Con este principio básico se empleó en comunidades pequeñas como una nueva tecnología, de ahí el nombre de Community Antenne Televisión, CATV (Antena Comunal de Televisión).

Los primeros sistemas de Cable de E.U. en los años cuarenta y cincuenta de los E.U., poco dispersos solo transmitían señales de tres o cuatro cadenas locales pero cercanas, limitándose en regiones montañosas donde la señal televisiva era de pésima calidad o no existía. Este desarrollo de la televisión por cable se proyectó lentamente dentro de poblaciones rurales.

En los años sesenta la Televisión por Cable obtuvo gran éxito con la explotación comercial con la venta de artículos y captación de públicos.

Mediante el desarrollo de las microondas que recibían señales lejanas y a la vez tratando de competir con cadenas locales de Tv aérea, el Cable se empezó a implantar en zonas urbanas, su función se concentró en grupos importantes que explotaban varias redes.

El Sistema de Televisión por Cable manejado por industriales y propietarios de televisoras se transformó en un servicio que los suscriptores contrataban mensual o anualmente. Así se logró una imagen de mejor calidad a diferencia de la que se ve normalmente por televisión convencional, con una programación exclusiva en programas deportivos, programas especiales y películas de reciente facturación, todo por una cuota.

Se ha estudiado la televisión por Cable en el proceso de un desarrollo:
1. Corresponde a la retransmisión de señales televisivas. 2. A la teledistribución y a la ampliación de alcances al vincularse con satélites y cadenas específicas con un estilo de contenido. En cuanto a los países donde el Cable ha obtenido un gran desarrollo económico, y es una inversión rápidamente recuperable.

Una calidad mejor en la imagen de Televisión por Cable se obtiene por medio de señales que llegan a un centro de recepción y control, donde se procesan, amplían, convierten, mezclan y se distribuyen por un cable coaxial. También es posible notar que la Televisión por cable tiene problemas de imagen como la "nieve" o "los fantasmas".

México hace propio este sistema de Televisión por Cable con Cablevisión S.A., que instaló en una torre antenas recortadas para la recepción de los canales de la ciudad de México y un receptor de microondas para los canales norteamericanos. Centralizando el proceso de distribución de señales.

En sí la Televisión por Cable es de un costo reducido y de utilización aparte de la transmisión de canales normales, reduciendo los costos de operación, surgiendo así la teledistribución de 28 a 35 canales, mejorando la calidad en la imagen, adaptado a las microondas, satélites y aún equipo de alta frecuencia.

El sistema televisión por cable por medio de retorno se refiere a la participación del público en la emisión del mensaje y el conocimiento de las características exactas del auditorio, esto provoca un interés grandísimo para los publicistas, lanzada por Warner Amex Cable Communication en 1997.

Durante los años sesenta la televisión por cable tuvo su primera utilización en países europeos, Canadá y los Estados Unidos, las características fueron de manera distinta para cada comunidad, debido a las cadenas independientes que utilizaron. Ya que en Europa por mencionar Bélgica fue el primer país que se interesó por el desarrollo por cable a nivel local de la cadena CODITEL; inicia en 1960 teniendo que saltar dificultades geográficas para la recepción de señales y con el tiempo la influencia cultural para este sistema de cable se fue extendiendo rápidamente al ofrecer la recepción a la televisión francesa, con este impulso de la televisión por cable en 1970, por distribuidoras de electricidad y algunas productoras; actualmente Bélgica es el país más cableado del mundo.

La televisión por cable se caracteriza por los mismos factores para su crecimiento cultural, la ubicación geográfica y la participación de la industria eléctrica en países como Luxemburgo, Holanda y Suiza.

Las primeras estaciones holandesa se deben a la forma de operación ya que el 47% es regida por los municipios, el 18% por sociedades mixtas y el 23 % es por medio de fundaciones, una de las redes más importante es CASEMA que pertenece a Nozema para difusión del Estado.

La posibilidad de recibir canales extranjeros se debe a la afinidad cultural e idiomática. Mientras, en Francia tuvo poca atención la televisión por cable que no cuenta con una legislación definida ni una acción política que impulse su desarrollo y que la radio y la televisión pertenecen al estado. La reducida existencia de la televisión por cable esta localizada en la zona aislada o fronteriza y en grandes áreas urbanas donde es notorio el número de edificios dificultando la recepción. Según los estudios realizados no son de gran importancia los canales extranjeros, son poco llamativos para los suscriptores y el beneficio sería de que entrara un país más.

Canadá es considerado como el segundo país con más desarrollo televisivo por cable; su uso es para la proporción de servicios adicionales diferenciándose de la televisión abierta y complementando con programas de películas y eventos deportivos exclusivos. Se observó que la televisión por cable norteamericana contiene un problema de influencia cultural. En 1952 Ontario y Montreal la TV cable inicia su crecimiento por los rascacielos y circuitos eléctricos facilitando la televisión por cable aérea, a su vez es controlada por el estado por Conseil de la Radio-televisión Canadiense, obteniendo así la licencia para la explotación de los servicios y límites territoriales y la publicidad se ve apegada a la legislación. Debido a las contradicciones con el gobierno central, Quebec se ve con problemas al tratar de implementar este sistema de cable local; solo desea dar un sentido en los intereses de la región. Preocupándose por emisiones en francés por cadena CRTC y así poder proteger a los radiodifusores canadienses de una publicidad norteamericana, a los cabledistribuidores de Quebec con transmisión de programas extranjeros sin limitación alguna.

La televisión por cable como otros medios de comunicación ha tenido un gran desarrollo social, económico y tecnológico, surgidos de las sociedades como Estados Unidos utiliza este desarrollo de manera mercantil en la televisión privada de este país.

El porcentaje de la televisión por cable de países industrializados durante 1981 son: el 75% en Bélgica, 56% en Canadá, 55% en Holanda, 50% en Dinamarca, 46% en Suecia, 42% en Suiza, 35% en Alemania Federal, 27% en Estados Unidos, 14% en Gran Bretaña y del 3 al 5% en Francia.²

Debido a los intereses comerciales y de los avances técnicos como es la informática y la microonda. El Cable se liga directamente vía satélite dando como resultado un creciente desarrollo con gran alcance.

La estadística del desarrollo de la Televisión por Cable en un nivel mundial , muestra a una empresa que funciona en un proceso de industrialización . Sin embargo México, tomando como modelo económico y tecnológicos de otros países las condiciones sociales existentes en el país.

Las nuevas tecnologías en comunicación desarrollan grandes avances en materia de satélites e investigación espacial y otros medios como la computadora se ligan al teléfono o a la televisión y facilitan a la vez el crecimiento de la industria electrónica y telecomunicaciones paralelamente, con vías a la modernización.

México es uno de los países del mundo que comenzó con este sistema de Televisión por Cable, ahora a través de PCTV.

² García Calderón, Carola Isabel Evangelia. "Estructura y desarrollo de la televisión por cable en México. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, UNAM, 1986. Pag. 13

1.1 LA TELEVISIÓN POR CABLE EN MÉXICO.

Durante los años 50, es notorio el nuevo cambio de la televisión, sorprendiendo a un público por la llegada de un cambio de manera vertiginosa para nuestro tiempo.

Las primeras transmisiones de televisión por cable en la República Mexicana se ven limitadas ya que en algunas zonas es imposible captar con nitidez imágenes y sonidos. Se buscó una nueva tecnología que no tuviera irregularidades en su función. Una solución fue conducir las señales en las áreas con problemas a través de un cable: Surgiendo un sector en las telecomunicaciones transformando así el ámbito televisivo.

En 1954 dieron inicio las primeras operaciones de un sistema de cable en América Latina, en Nogales, Sonora. Como es de suponer, el alcance de los sistemas pioneros se vio restringido en ciertas superficies poco extensas y el menú de las señales era reducido. En poco tiempo fue acaparando un *...“público cada vez más ávido de comunicación y entretenimiento, por medio de un desarrollo de servicios satelitales, la televisión a color y el incremento en el número de señales, tanto nacionales como extranjeras, crearon las condiciones necesarias para la masiva popularización de la tele”.*³

El Gobierno Mexicano en 1968 pone en función la Red Federal de Microondas, impulsando así a la televisión por cable logrando transmitir a nivel nacional.

Se creó la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC), debido al aumento del número de concesiones y la cantidad de suscriptores afiliados a los sistemas.

³ PCTV, Televisión por Cable: Avances, Retos y Metas. 1998. pág.4

A finales de los 70 se implementa una nueva modalidad con el uso de la parabólica, considerada un sistema de acceso libre a un gran número de señales, donde fue notorio ver como desplazaba a nuestra industria. Consideramos que la codificación de las grandes cadenas internacionales nos cambió radicalmente nuestro campo de trabajo.

El nacimiento de la Televisión por Cable en México (su primera concesión) según el Diario Oficial de la Federación publicado el 18 de mayo de 1957. El primer sistema de cable que funcionó en México fue el de Nogales, Sonora y operó en 1954 a unos años de la aparición de la transmisión aérea.

México se vuelve un consumidor tradicional de los adelantos técnicos norteamericanos, pero ha logrado ser un receptor fértil de los mensajes culturales, a pesar de la ideología como forma de vida de nuestros vecinos de Estados Unidos.

El primer sistema de Cable en México fue hace seis años después de que se puso en función en Estados Unidos, debido a que los mensajes originarios de nuestros vecinos hicieron descartar un desarrollo tecnológico y la producción de Televisión Mexicana o a su vez una necesidad social en cuanto a la información nacional.

La transmisión de canales norteamericanos ha permitido establecer a los residentes de México tener una unión en la programación e información de su país con su propio idioma local.

Se puede decir que el verdadero origen de la Televisión por Cable Mexicano se llevó acabo por una trasculturación y va tomando más fuerza conforme a su desarrollo en el interior del país, así como el aumento de nuevos canales estadounidenses.

Ya autorizado el primer sistema en Nogales, surge un receso en 1963, la Secretaría de Comunicaciones y transportes (SCT), autorizó el comienzo operativo en Piedras Negras , Coahuila. Así, otros estados como Ciudad Acuña, Coahuila, Monterrey, Nuevo León en 1964, y en el Distrito Federal su inicio operativo fue en 1969 por los medios de Cablevisión, o sea la primera empresa de Televisión por Cable del país, formando parte del consorcio televisivo nacional Televisa

La cuarta parte de la población que cuenta con Televisión por Cable es el D.F., así como las ciudades fronterizas de nuestro país. El suceso expansivo de la Televisión por Cable fue a partir de 1970 y 1975, su crecimiento del 39% anual.

De 1976 a 1986 la tarifa iba en aumento con la instalación y cuota de la Televisión por Cable , esto beneficia a empresas instaladas antes de 1986.

Las empresas instaladas se benefician durante 1982 con el alza constante de tarifas por la baja del peso frente al dólar, se notó en el material de instalación como partes y componentes importados.

Es evidente una época de estancamiento como sucedió en 1979 y 1982; no existió ninguna concesión de cable. Durante el sexenio del Lic. Miguel de la Madrid fue notorio cambio ya que durante los primeros cuatro meses de su función se otorgaron 18 permisos de funcionamiento y renovación. A fines de 1985 había 74 ciudades que contaban con servicio de televisión por cable con 300,000 suscriptores, es decir el 2.5% de mexicanos contaban con el servicio.

Las crisis económicas del país provocan un estancamiento de crecimiento menor al que esperaban los empresarios . En este sentido la crisis no afectó del todo al sector social de la televisión por cable, sostenido por la clase media y alta.

Se dice que las partes y componentes de importación y la paridad del peso frente al dólar trajo grandes cambios substanciales; en 1980 su costo era de 40,000 pesos, según la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable (CANITEC), para 1983 era de 1,200,000 pesos. A partir del sexenio anterior se realizó un cambio en cuanto al manejo de tales importaciones. Ese mismo año se autorizó la introducción de partes y componentes obteniendo el permiso de los empresarios para su fabricación en el país. Entonces el país trata de impulsar el desarrollo a una nueva tecnología a nivel nacional, pasando a ser el peso dependencia tecnológica del sector.

La CANITEC menciona que México produce el 50% de los componentes y el otro 50% se importa. Además de instalar antenas receptoras de VHF y UHF y los enlaces de microondas.

Es importante mencionar que la televisión por cable compite para ganar público entre ellas esta Cablevisión, y PCTV. Estas son las empresas más importantes del país. Se considerara una posible habilidad que mantiene la unión entre los socios de PCTV, con el fin de conquistar de manera económica, técnica y sectorial que a su vez son necesarias para conservar un incremento de la televisión por cable y neutralizar una presencia competitiva de otros medios.

El desarrollo de la televisión por cable en México no parece tener un estancamiento ya que los suscriptores aumenta año con año y la importación de elementos para la televisión por cable disminuyen poco a poco. Lo que origina que diversos empresarios busquen renovar y obtener nuevas concesiones, aplicando tecnología de punta que les permita competir entre ellas.

La puesta en marcha de los sistemas Direct to Home (DTH), el número de nuevas concesiones otorgadas por la Secretaría de Comunicaciones en sistemas MMDS y televisión local abierta, la puesta en órbita de nuevos satélites, una legislación aún perfectible en el área de las telecomunicaciones, para ofrecer servicios integrales por la combinación de tecnologías y en general, la intensificación de la competencia en el medio, representan otros tantos retos que la industria de la televisión por cable actual.

A los desafíos mencionados anteriormente los concesionarios de la industria dan a conocer a una empresa que responde con oportunidades y exigencias en cuanto a televisión por cable, se llama Productora y Comercializadora de Televisión, S.A de C.V. (PCTV).

Durante su cimentación en 1989, PCTV⁴ ha cumplido un papel regulador de la televisión por cable. Actualmente coloca a la vanguardia de la una nueva tecnología de transmisión satelital, usando compresores digitales DCII aprovechando así cada transponedor.

En cuanto al campo de las señales, ha eliminado constantemente su menú, permitiendo ofrecer a los sistemas de televisión por cable (STVC), un balance que consta de grandes cadenas internacionales, canales de interés general, producción propia y señales especializadas a cada tipo de audiencia. La empresa cuenta con más suscriptores - casi el doble de la suma de los competidores - contando así con más opciones programáticas en el país, se ha tratado la influencia directa en el precio de las señales dando como consecuencia un bajo costo promedio al servicio del cablevidente mexicano.

⁴ Ha sido difícil la penetración de PCTV en el ámbito publicitario debido al desconocimiento de agencias y anunciantes respecto a las características de esa empresa, así por no tener presencia televisiva en el D.F. donde tiene la concesión Cablevisión y donde se generan las decisiones de compra y consumo del 50 por ciento del mercado nacional.

También se cuenta con una empresa filial -SATCORP, S.A de C.V.- que ayuda a ofrecer señales por medio del sistema DTH, a los sitios de baja densidad de población lo cual sería rentable para el cableado.

Actualmente PCTV renta 3 transpondedores que maximiza el cambio de satélite y la integración tecnológica (del Internet, servicios telefónicos, correo de voz y datos, de redes privadas, etc.), que cada vez va marcando un rumbo de las telecomunicaciones para el próximo milenio y que nos transforma en Redes Públicas de Telecomunicaciones.

1.2 LEGISLACION.

La determinación de leyes y reglamentos, ayudan al funcionamiento de un servicio si se deriva de la explotación de un bien nacional del uso de las nuevas tecnologías de la televisión por cable.

En México cuenta con una novedosa tecnología de televisión por cable, la cual opera y funciona sin una legislación hasta 1979, funcionó cuando entró en vigor el reglamento específico para televisión por cable.

Se considera que la televisión por cable debe tener una regulación especial, pero se encuentra en un marco legal que regula los medios de difusión así como a la legislación internacional que rige la radio, telecomunicaciones y a la vez los satélites, contando con los acuerdos suscritos por el gobierno mexicano. Es importante hacer mención que el desarrollo de la televisión por cable fue carente de un reglamento específico, en el aspecto de la programación como de contenido.

El Reglamento de la Televisión por Cable regula un servicio especial destinado a satisfacer necesidades determinadas de interés general, a diferencia del servicio de radiodifusión cuyas emisiones están destinadas a la recepción directa por el público en general en los siguientes aspectos:⁵

1. Definía el servicio de Televisión por Cable y sus modalidades.
2. Fijaba disposiciones técnicas y administrativas para la construcción, instalación y operación del servicio.
3. Ponía el servicio bajo la jurisdicción de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte.
4. Establecía la determinación de tarifas, el pago de impuestos y la forma de operación de la publicidad.
5. Determinaba lo referente a la programación, sujeto a lo señalado en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Esa era la legislación vigente en México en cuanto a los medios masivos de comunicación, con respecto a la televisión por cable cuando el sistema ya estaba en función.

Después de las primeras transmisiones por cable en 1971 el gobierno dio a conocer el reglamento - con base a la Ley Federal de Radio y Televisión que normaría su operación. Sustentado en los artículos 6 y 7 constitucional, garantizando la libertad de expresión, y el derecho que posee la nación sobre el espacio aéreo, marítimo, subsuelo y espacial, reglamento de la Ley de Vías Generales de Comunicación.

⁵ Reglamento anexo al Convenio de Telecomunicaciones de Torremolinos, publicados en el Diario Oficial, Enero 23, 1976

"La normatividad que rige el cable la considera como un servicio especial que satisface necesidades de interés general, se puede considerar la diferencia del servicio de radiodifusión, donde su emisión es destinada a la recepción directa al público en general"⁶.

La diferencia de la televisión de recepción directa, la transmisión aérea abierta y el cable tomándolo como un servicio limitado para sus usuarios que tratan de satisfacer sus necesidades generales, se ven reflejadas como *status* a través de tecnología y productos culturales a su vez exclusivos que transmite.

El reglamento ratifica al cable como un servicio especial y sólo se grava con 15% sobre sus ganancias, viéndolo como porcentaje menor al aplicarlo en artículos suntuarios, donde su categoría debe estar incluida.

La clasificación de los tipos de servicios por cable, se deben al artículo tercero del reglamento que establece como consideración los 15 años de duración, y se otorga un tiempo indefinido. La televisión aérea (sus concesiones) tienen fines de lucro, y nada de permisos. Estos permisos sólo se dan a personas físicas de nacionalidad mexicana y sociedades mexicanas normativas.

El artículo estipula que los concesionarios están obligados a instalar y reservar dentro de cada sistema de televisión por cable, tres canales de televisión para uso exclusivo del gobierno federal y para los fines que éste señale. Se puede usar este espacio en el uso para otro tipo de contenido (educación, servicios, salud y administrativos, etc.).

⁶ Idem

La Ley de Vías de Comunicación, menciona en su artículo tercero, fracción VIII, 49 y 50, que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes fija las tarifas, también autoriza la inserción de publicidad en canales nacionales de televisión aérea y en canales extranjeros e incluso vigila todo lo referente a la tecnología del sistema: supervisión, multas, instalaciones, inspecciones y sanciones, etc. La SCT calcula los costos de instalación propuestos por el concesionario, tomando en cuenta que puede ser manipulado. Esto explica la diferencia en cuanto a las tarifas.

La programación de canales extranjeros no cuenta con ninguna regulación a la sustitución de publicidad. La Ley de Radio y Televisión no es aplicable.

El capítulo sexto del reglamento vigente, dice que la televisión por cable tiene dos tipos de programación: la local por el sistema y la proveniente de estaciones radiodifusoras de televisión.

Dicho reglamento permite la transmisión de 6 minutos de publicidad por hora, con cortes de 1 minuto y medio como máximo, (reformas del 18 de agosto de 1980).

A través de las referencias que caracterizan generalmente a una programación que ofrece los diferentes sistemas de cable del país, nos damos cuenta que la legislación vigente en materia de contenidos, depende de cada empresa específica.

Con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), se establecieron varias disposiciones en materia de inversión y en asuntos relacionados al comercio trilateral de las telecomunicaciones, y en éste se especificaron reglas para los servicios de radiotelevisión, modalidades de accesos a bancos de datos, correo electrónico, videotexto, videoconferencias.

El TLC contempla la utilización de redes públicas de telecomunicaciones tanto para empresas como para individuos, y garantiza el arrendamiento de líneas privadas a redes públicas cuanto privadas.

En el TLC, se discutieron reglas para liberar servicios de radio y televisión, sin embargo en esta negociación hay una clara ausencia de mecanismos que aseguren la transferencia de tecnología y el reconocimiento de las desigualdades productivas.

Así mismo, no se mencionó la posibilidad de impulsar una política para la integración y desarrollo, que conecte a la industria de las telecomunicaciones, para un mejoramiento de la vida.

El TLC brinda la posibilidad a los Estados Unidos y a Canadá de mandar y transmitir su señal desde su país de origen, previa autorización del gobierno mexicano; con lo que la invasión directa en este rubro será muy limitada, porque no se les obliga a establecerse en México, sino que lo pueden hacer a través de un proveedor; un ejemplo de ello es ESPN que por medio de su proveedor PCTV distribuye su señal.

2. ESPN. SU HISTORIA Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL.

ESPN es una empresa dedicada a la transmisión de eventos deportivos su origen estadounidense , que a través de un convenio con PCTV (Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V.), puede vender los derechos a terceros.

2.1 ESPN (Cronología).

1979: ESPN comienza sus transmisiones en los Estados Unidos el 7 de septiembre a las 7:00 p.m- tiempo del Este. Tiene su centro de operaciones en Bristol, Conn., que se encuentra a 10 millas al noreste de la ciudad de Nueva York. Trata de transmitir mas de 4,800 horas de programas deportivos en vivo y/o en su duración anualmente - más de 65 deportes. Su filosofía de programación es presentar una combinación de eventos especiales, así como series y noticias.

1984: El 30 de abril, ABC finaliza la adquisición de ESPN. Posteriormente vende el 20% a la Compañía Nabisco, la cual es comprada mas tarde por Hearst Corporation.

1987: En enero, ESPN transmite America's Cup en vivo desde Fremantle, Australia; la sorprendente respuesta del auditorio es una prueba más del impacto de ESPN y el sistema de cable.

El 15 de marzo, ESPN gana el primer contrato otorgado por la NFL a una cadena de televisión por cable. Comienza a transmitir ese otoño.

1988: ESPN Internacional inicia sus transmisiones a Centro y Sudamérica el 31 de marzo.

1989: El 5 de enero, ESPN firma su primer convenio con el Béisbol de las Grandes Ligas; y comienza a transmitirlo en 1990.

1990: El 10 de septiembre, Steven M. Borntein es nombrado Presidente y director Ejecutivo de ESPN.

1993: El 1º de octubre se lanza ESPN2 en 10 millones de hogares, en Estados Unidos.

1995: El 1º de septiembre, ESPN se convierte en la primera cadena de televisión por cable, con el 70% de los telehogares norteamericanos.

1996: La compañía Walt Disney concluye la adquisición de Capital Cities/ABC Inc. (la cual es dueña de ESPN Inc.) el 8 de febrero.

ESPN con sede en Bristol, Connecticut (cerca de Nueva York y Boston), comprende mas de 270,000 pies cuadrados de área de oficinas y de producción, 7 edificios y mas de 30 antenas parabólicas.

ESPN obtiene sus ingresos de venta de publicidad a través de sus más de 1,000 patrocinadores nacionales, y de las cuotas de afiliados. ESPN, Inc., produce más de 11,400 contenidos de programación en vivo y/o en su duración original a través de ESPN, ESPN2 y ESPN Internacional.

2.2 EMPRESAS QUE CONFORMAN ESPN

ESPN:

Como se mencionó, ESPN es el líder de las cadenas de televisión de deportes desde su lanzamiento el 7 de septiembre de 1979. ESPN la cadena de televisión por cable mas grande del mundo, es vista en 68.6 millones de hogares (72% de los televidentes estadounidenses), a través de más de 26,700 afiliados.

ESPN2:

ESPN2 para los fanáticos interesados en la más amplia gama de programación de deportes - tanto tradicionales como innovadores -, fue lanzada el 1º de octubre de 1993, alcanzando 10 millones de hogares en los Estados Unidos. Entre 1994 y 1995, ESPN2 se constituye como la cadena de televisión por cable de mayor crecimiento de los Estados Unidos.

ESPN2 tiene una imagen contemporánea y su logotipo posee un singular diseño gráfico. Se transmiten las 24 horas anualmente más de 4,000 horas al año de programas deportivos y/o en su duración original. Actualmente , ESPN2 llega a 35.4 millones de hogares estadounidenses (37% de los hogares estadounidenses con televisión).

En los años 1994 y 1995, ESPN2 fue la cadena de televisión por cable con el más rápido crecimiento a nivel mundial. ESPN alcanzo los 30 millones de hogares mas rápido que cualquier otra cadena lanzada en los 90's.

ESPNEWS:

A partir del 1º de noviembre de 1996, ESPNEWS será la cadena de noticias deportivas de ESPN en Estados Unidos y presentará durante las 24 hrs resultados, análisis, entrevistas, conferencias de prensa en vivo, estadísticas y noticias de último momento, conjuntando por vez primera servicios en línea (ESPNET SPORTS ZONE), y al aire.

ESPNEWS será un servicio único en su género, con su propio personal de producción y comentaristas al aire, presentando nuevos e innovadores formatos de transmisión, pero conservando la ya establecida tradición ESPN y sus noticieros líderes.

Se ofrecerán a los afiliados diversas oportunidades de distribución, incluyendo los beneficios de conjugar la distribución de ESPNEWS con otros servicios de ESPN.

ESPN Internacional:

Presente en prácticamente cualquier país del mundo con sus propias cadenas y programas sindicados; ESPN Internacional es propietaria o posee acciones en 16 cadenas y distribuye programas deportivos estadounidenses e internacionales en 19 idiomas. Transmite más de 2,600 horas de programación deportiva en vivo y/o en su duración original.

Creado en enero de 1988, ESPN Internacional es uno de los más grandes proveedores de programas deportivos por televisión en el mundo, contribuyendo para que ESPN Inc, esté al alcance de más de 175 millones de hogares en 160 países mediante 15 redes y en 19 idiomas.

Adquiere los derechos de transmisión de los principales deportes regionales para su distribución (por ejemplo, críquet en la India; ping pong en China; fútbol soccer en Latinoamérica), y distribuye la programación de ESPN y ESPN, así como de otros populares deportes norteamericanos (NFL y NBA, entre otros). Cuenta con una planta de producción en Singapur, así como algunas oficinas en el resto del mundo.

"Cabe mencionar que ESPN Internacional tiene el compromiso de proveer programación regional y local a través del mundo entero. El éxito de esta empresa es evidente en el crecimiento y el triunfo de ESPN a nivel global y su estado actual de ser la cadena número uno de cable y satélite en Latinoamérica".⁷

ESPN Radio Network:

Lanzado el 1º de enero de 1992, ESPN Radio Network ofrece más de 16 horas de programación los fines de semana, destacando entre otros el programa "La NBA en ESPN Radio", reportajes de eventos especiales, consejos sobre la programación deportiva y "El Fabuloso Sports Babe's", todo al alcance de más de 420 afiliados. ABC Radio Networks maneja las ventas, afiliaciones, la mercadotecnia y las promociones.

Más de 16 horas de resultados, análisis, entrevistas y noticias de última hora cada fin de semana. "La NBA en ESPN Radio" - cobertura de juegos en vivo, incluyendo los playoffs, la final de la NBA y el juego de estrellas. "El Fabuloso Sports Babe's de 10:00 a.m. a 2:00 p.m. Por la tarde, comentarios de cinco minutos sobre eventos con personalidades de ESPN como Dick Schaap, Keith Olbermann y Chris Berman. Reportajes en vivo, cubriendo los 30 eventos más importantes del año.

⁷ Triptico de ESPN- Deportes a lo máximo 1997

ESPN SportsZone:

Es la página más popular en Internet. Contiene información equivalente a 20,000 paginas de periódico que se actualizan diariamente e incluye noticias, reportajes, pláticas informales, videos, audio y mucho más.

ESPN SportsZone se lanzó el 1º de abril de 1995 como una conversión entre ESPN Inc., y Starwave Corporation de Bellevue, Washington; este servicio de información deportiva en línea (<http://espnetsportszone.com>) ha llegado a ser en poco tiempo el sitio más popular en Internet.

Ha alcanzado más de mil millones de hits en su primer año, y ha recibido numerosos premios como el mejor sitio de la WEB. Ofrece noticias de manera constante y a profundidad. Da cobertura a todos los deportes (profesional, colegial, olimpiadas, etc.), con comentarios de expertos analistas y columnistas exclusivos. Provee resultados, estadísticas, encuestas, concursos, juegos en vivo de la NBA, pláticas con celebridades y en grupo, fotos, videos y grabaciones especiales. Reportajes en sitio con cobertura de los principales eventos deportivos (Super Tazón, Final Four, la Final de la NBA , etc.), con noticias en vivo, crónicas, pláticas y mucho más.

Prueba de que la página de internet de ESPN es una de las más consultadas, tanto en inglés como en español, son los múltiples comentarios que los televidentes depositan en esta página, por ejemplo:

"Guadalajara, México: Hola amigos de ESPNET SportsZone. Quiero felicitarlos por el reportaje del GP del Pacífico, en lo personalmente estoy muy satisfecho por la información que gracias a ustedes, puedo leer en estas secciones de información deportiva... y disfruto mucho de la particular manera de presentar el juego y los reportajes (de la serie mundial)".

"Reciban una sincera felicitación y agradecimiento a su trabajo".

"Cordoba, Argentina: The programming is amazing!

Buenos Aires, Argentina: Es la primera vez que escribo a un medio televisivo y aunque hoy es el día de mi cumpleaños número 34 me he tomado unos minutos para comunicarme con la cadena deportiva más importante del mundo, obviamente la ESPN. Soy ferviente seguidor de ESPN desde hace unos años... me fascina la NFL... quiero felicitar a los comentaristas que realmente relatan en forma muy instructiva y por su traducción fidedignamente... PC Y LOVE ESPN."

"Concepción, Chile: Es un gran canal, importante a nivel internacional aunque nos gustaría, no sólo a los chilenos que tenemos la posibilidad de ver ESPN, sino que creo que también al resto de la teleaudiencia latina, que tanto sus programas informativos como los netamente deportivos, entiéndase partidos, estén relatados completamente en español me permito... de felicitarlos por la excelente forma en que nos llegan sus transmisiones acá en el último lugar del mundo."⁸

ESPN Enterprises:

ESPN Enterprises comprende muchos negocios subsidiarios tales como programación no comercial, software interactivo, videos, discos compactos, revistas, El Club ESPN en Disney BoardWalk en Orlando.

Esta subsidiaria de ESPN Inc. se creó en noviembre de 1992 para extender la distribución de ESPN e incluir otras oportunidades para llegar a los consumidores: Además de ESPNET SportsZone, ESPN Enterprises maneja los siguientes giros:

Software Interactivo: Ofrece una variedad de títulos de CD-ROMs para usuarios de computadoras, incluyendo software didáctico y de consulta, así como video juegos.

⁸ Información obtenida de la página de ESPN.go.com, de 1996-1998

ESPN TO GO: A los usuarios de Pagers se les proporciona información deportiva continuamente. Es un servicio mundial mediante un acuerdo de Motorola.

Lugares de Entretenimiento: Por ejemplo, El Club ESPN en Disney's BoardWalk - inaugurado el 1º de julio de 1996 - es un centro de 13,000 pies cuadrados de entretenimiento multimedia interactivo con servicio de bar y restaurante dentro de Walt Disney World en Orlando.

Ropa y Souvernirs: Incluye una línea de ropa deportiva y de recuerdos.

Fuera de Mercado: Series de televisión y eventos aislados, incluye Fútbol Americano Colegial.

El Sondeo Deportivo de ESPN CHILTON: Es el primer y único sondeo de opinión para monitorear constantemente el comportamiento de los fanáticos deportivos en cuanto a temas, intereses y actividades.

Videos: Con más de 80 títulos, son distribuidos por ABC Video Publishing.

Discos Compactos: Incluye Jock Jams que ganó un disco de oro.

Revistas deportivas: Ofrece una gran variedad de revistas anuales publicadas mediante un convenio con Hearst Magazines Enterprises.

OCC:

El 16 de marzo de 1993, ESPN compró OCC con sede en los Angeles (antes conocida como Ohlmeyer Communications Company). OCC produce al año mas de 300 horas de programación deportiva exclusiva para varias cadenas de televisión como ESPN, ABC, NBC y TBS, incluyendo:

El Tour de Golf PGA, el Tour Senior PGA y Tour LPGA, Carreras de Formula Indy y de Formula UNO.

En 1983, creó exitosamente el concepto "skins Game", protagonizado por los cuatro mejores golfistas del Tour de Golf PGA. Este proyecto se ha expandido para incluir competencias separadas para jugadores del Tour Senior PGA y para jugadores del Tour LPGA.

Creative Sports:

El 9 de mayo de 1994, ESPN adquirió Creative Sports, una comercializadora de programas de deportes y productora de radio y televisión, con sede en Charlotte, Carolina del Norte.

Produce 500 programas deportivos al año para varias cadenas como ESPN, ABC, CBS, NBC, TBS, TNN, Home Team Sports, Prime Network, Sports Channel y SportsSouth. Creative Sports produce eventos selectos de fútbol americano y basquetbol colegial, así como eventos automovilísticos para ESPN/ESPN2.

Sportsticker:

El 7 de noviembre de 1994, ESPN anunció la adquisición del 80% de las acciones de SportsTickets, la unidad de noticias e información deportiva perteneciente a Dow Jones and Company Inc., que se transmite las 24 horas en tiempo real.

Información recopilada por más de 700 reporteros en locación por todo el mundo y facilitada a estaciones de radio y televisión, cadenas de televisión abierta y por cable, periódicos, servicios en línea e inalámbricos, servicios por cable y a la mayoría de los equipos deportivos profesionales.

La Fundación V:

El 4 de marzo de 1993, el desaparecido Jim Valvano, con el apoyo de ESPN Inc., anunció la creación de la Fundación V, la cual recauda fondos de ayuda para la investigación sobre el cáncer y crear mayor conciencia sobre esta enfermedad. Actualmente con sede en Cary, Carolina del Norte, el lema de la fundación es "No te rindas, nunca te rindas".

"ESPN, es el líder mundial de deportes, es propietario único o tiene participación en 20 redes internacionales, que llegan a mas de 150 millones de hogares fuera de los Estados Unidos. ESPN es también propietario de 3 cadenas de cable en los Estados Unidos - ESPN, ESPN2 y ESPNEWS, que llegan a 73 millones de hogares. ESPN es visto en casi todos los países del mundo, en 20 idiomas a través de sus redes y su programación sindicada. El 80% pertenece a ABC Inc., subsidiaria de la Walt Disney Company. La Hearts Corporation es propietario del 20% restante".⁹

⁹ Boletín de prensa ESPN Internacional 14 de octubre de 1997

2.3 DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL DE ESPN

La distribución a nivel internacional de ESPN regularmente se realiza en inglés, pero en cada país las empresas de televisión que cuentan con ESPN definen los eventos deportivos específicos a transmitirse.

La señal generalmente se transmite en inglés, pero para muchos países la transmisión se realiza bloqueando la narración original y dejando que en cada país se narre en su idioma original.

ESPN Internacional posee tres líneas de negocios:

- La Cadena ESPN Internacional
- Acciones en otras cadenas no estadounidenses
- Programas sindicados

ESPN INTERNACIONAL NETWORKS:

Es una cadena de deportes que transmite vía satélite las 24 horas. Alcanza a más de 160 países con programación regional personalizada.

América Latina:

- Comenzó sus transmisiones en marzo de 1989.
- Es conocido como ESPN América Latina.
- Transmite en Centro y Sudamérica, México y el Caribe, a través del satélite Pan Am Sat 3. Transmisión simultánea en inglés, español y portugués.

Brasil:

- ESPN Brasil fue lanzada en julio de 1995.
- Es distribuido exclusivamente por TVA, socio de ESPN.
- Las transmisiones se realizan simultáneamente en inglés y portugués, a través del satélite Brasil Sat.

Argentina:

- ESPN Argentina se lanzó en enero de 1995.
- Es distribuido exclusivamente por Teleport.
- Es traducido simultáneamente en inglés y español, a través del satélite Interlat 307.

Zona Norte de América Latina:

- ESPN2 se lanzó en septiembre de 1996 con mucho éxito.
- Es distribuido por PCTV.
- Es transmitido con traducción simultánea en inglés y español, a través del satélite Morelos.

Asia/Cuenca del Pacífico:

- Lanzado en mayo de 1990.
- Es transmitido simultáneamente en inglés, mandarín y cantonés.
- En Singapur, cuenta con un centro de producción de 44,000 pies cuadrados que distribuye programación a cadenas en Taiwan, Hong Kong, China y el sudeste de Asia.
- Transmite por los satélites Apstar 1 y C1.

Medio Oriente/ África del Norte:

- Lanzado en mayo de 1994.
- Llamado canal deportivo Orbit ESPN.
- Se Transmite simultáneamente en inglés y árabe, a través del satélite Intel Sat.

África del Sur:

- ESPN Internacional en África fue lanzado en octubre de 1995.
- Transmite en Inglés, a través del satélite Pan Am Sat 4.
- Es distribuido exclusivamente por Multichoice.

India:

- ESPN India fue lanzado en septiembre de 1995.
- Se transmite en forma simultánea en inglés e hindú.
- Es distribuido en India exclusivamente por MODI.
- Fue la primera cadena básica de cable que logró 2.5 millones de suscriptores en el primer mes a partir de su lanzamiento.
- Se transmite a través del satélite Pan Am Sat 4.

La distribución de ESPN Latinoamérica, esta disponible al público en general, así como a hoteles, aerolíneas y cruceros a nivel mundial mediante cable, satélite y televisión, su transmisión se realiza a través de ocho satélites.

Para la función de distribución, ESPN cuenta con las siguientes oficinas en el mundo:

- Bristol Connecticut (Internacional Network y Operaciones).
 - New York, NY (Internacional, ventas y publicidad).
- Representantes de ventas en Buenos Aires, Estambul, Johannesburgo, Monte Carlo, Moscú, Sao Paulo, Tokyo, India y Hong-kong.

Como se puede observar, ESPN es una empresa de televisión por cable que aparece en Estados Unidos en los años ochenta, alcanzando una expansión extraordinaria a nivel internacional, con un alcance tecnológico de millones de suscriptores a través del mundo entero; cuenta con una gran diversidad en su programación, concentrada en eventos e informaciones deportivas; con alianzas empresariales, ha logrado conectarse a las más avanzadas tecnologías de comunicación e información, como la fibra óptica, satélite y la Internet, entre otras

Hablando de internet es por ESPNET Sports Zone el servicio de información deportiva en multimedia de starware y ESPN. Se puede acceder al servicio Sports Zone en la World wide Web de la internet en <http://espnet.sportszone>, que informa estadísticamente, da noticias al minuto. Se ha obtenido un comentario de los suscriptores donde mencionan sus programas o jugadores favoritos, lo cual se aprovecha para mejorar la calidad de su programación.

2.4 LOS PROGRAMAS INTERNACIONALES DE ESPN EN MEXICO

La diferencia de contenidos de los programas se debe a que cada evento cuenta con su comercialización propia y temporadas así como el horario exclusivo, para su transmisión:

Deportes.

- NHL
- Carreras de Autos - Indy, NASCAR, Fórmula 1
- Fútbol Colegial
- Básquetbol Colegial
- Liga Mayor de Fútbol Soccer
- Campeonato NCAA
- Liga de Fútbol Canadiense
- Liga de Fútbol en Arena
- Boxeo

Eventos especiales:

- Los Juegos Extremos
- Los Juegos Extremos de Invierno
- NFL Draft
- Campeonato de Basquetbol Femenil NCAA
- Copa Mundial de Fútbol Soccer
- Tour de France
- Serie Mundial Colegial
- Pruebas Olímpicas E.U.A.

Programación de Noticias:

- Reportajes en directo desde el lugar del evento:
- El Super Tazón
- Finales de la NBA
- Final Four
- La Serie Mundial
- La Copa Stanley
- Torneo de Masters
- Juegos Olímpicos
- Derby de Kentucky, etc.

Es importante comentar que los programas exclusivos de ESPN Latinoamérica es para un público un poco más selecto debido a que los eventos son de relevante importancia en cuanto a su contenido, narraciones y comercialización específica:

Deportes:

- NFL
- Béisbol de las Grandes Ligas
- Golf: Tour PGA, Tour Senior PGA, Tour LPGA, Tour Usga, etc.
- Eventos Especiales:
- Los Premios ESPY
- La Copa América
- U.S. 500
- NFL Edge Match-up

Programación de Noticias:

- SportsCenter
- Outside The Lines
- Up Close
- Baseball Tonight
- NFL Game Day
- NFL Prime Monday
- NFL Prime Time
- College GameDay
- NBA Today
- En el Tour PGA

Para ese amplio espectro de programación, ESPN Produce en los siguientes idiomas:

- **Eurosport:** Ingles, holandés, alemán, francés, finlandés, sueco, español, checo, polaco, ruso, húngaro, danés e italiano
- **ESPN Internacional Network:** ingles, español, portugués, mandarín, árabe, cantonés, hindú y bahías
- **Sports - ¡ESPN:** japonés.

Como se puede observar, los contenidos de ESPN son fundamentalmente deportivos.

2.5 OTRAS REDES DE ESPN EN EL MUNDO

ESPN ha invertido capital para crear una serie de empresas alrededor del mundo, con el objetivo de cubrir los diferentes eventos deportivos relevantes por ejemplo:

Eurosport

- Canal que transmite 24 horas al día
- 68 millones de hogares en Europa reciben la señal
- Es traducido a 13 idiomas
- ESPN esta asociada con TF1 y Canal Plus

Sports - ¡ ESPN

(Anteriormente era el canal de deporte de Japón)

- La única cadena de cable y Direct - to home de todos los deportes en Japón Transmite las 24 horas del día
- ESPN es el principal proveedor de programas, se trata de una conversión con grandes compañías japonesas
- Es "alimentado" del satélite Pan Am Sat 2 y redistribuido por JC Sat

The Sports Network/Réseau des Sports

- Es la cadena deportiva de Canadá
- ESPN es el principal proveedor de programas
- Llega al 95% de todos los hogares con cable en Canadá
- Se transmite en inglés y francés
- A partir de julio de 1995, ESPN se asocia en NetStar con Claridge Inc; con Capital Communications CDPQ, Inc., una subsidiaria de Caisse de depot et placement du Quebec; y Reitmans (Canadá) Limited

Sportsvision Australia

- Fue lanzada en septiembre de 1995
- Tres canales de programación completamente deportiva: Sports ESPN, Sports Australia y Sports AFL, las 24 horas
- Ofrece una mezcla de programación de ESPN y los Principales eventos deportivos en vivo en Australia y paquetes de programas deportivos (críquet, fútbol australiano y rugby)
- Conversión con Optus Visión, canal 7 y canal 9
- Se transmite a través de Pan Am Sat 2 a fibra

Sky Network

- Transmite las 24 horas del día
- Alcanza toda Nueva Zelandia
- ESPN es el Principal proveedor de programas deportivos
- Se transmite a través del satélite Pan Am Sat 2 a fibra

El alcance de ESPN en Asia y Europa la hace ser una empresa transnacional, que a través de la tecnología del satélite (principalmente) emite una gran diversidad de contenidos deportivos; más de tres cuartas partes del mundo reciben su señal, lo cual significa una influencia ideológica de connotaciones que corresponden a la cultura estadounidense, proponiendo un estilo de vida globalizador.

3.-QUE ES PCTV Y ESPN LATINOAMERICA?

3.1 OBJETIVOS DE PCTV

En 1989, los concesionarios de la televisión por cable de la República Mexicana se asocian para formar una empresa que sea capaz de transmitir las mejores señales por un costo acordado como grupo: Productora y Comercializadora de Televisión S. A. de C. V., (PCTV) ejerce para obtener mejores señales de televisión a nivel mundial., como exigencia no se puede obtener cada sistema por separado. ESPN es un canal de PCTV

Los objetivos planteados por la empresa PCTV son los siguientes:¹⁰ (Y logrados a la fecha):

- ◆ **Primero** -Rentar transpondedores de los satélites mexicanos para conducir señales a todos los estados de la República.
- ◆ **Segundo** - Contratar programaciones, en representación de los sistemas de cable del interior del país, que individualmente no tenían capacidad de negociación, pero que en conjunto, gracias al mayor volumen, obtuvieron la fuerza para llevar adelante, con éxito, la compra de señales en precio y condiciones favorables.
- ◆ **Tercero** -Adquirir estudios de televisión para la producción y comercialización de señales propias.

Estos objetivos que ha planteado la empresa responden a las inquietudes de todos los cableros afiliados a PCTV, y cuyo fin es en un máximo de 10 años los pioneros de la televisión por cable.

¹⁰ PCTV, Televisión por Cable: Avancez, Retos y Metas. 1998. pàg.6

3.2 ASPECTOS TECNOLOGICOS DE PCTV

A fin de siglo es notorio observar el medio de las telecomunicaciones con gran actualización técnica y vanguardia en el ramo. Al respecto, ESPN Latinoamérica se encuentra en un master dentro del Telepuerto propio en el cual se realiza la recepción, transmisión y monitoreo de señales; la empresa cuenta con la libertad que conserva para su independencia operativa para su desarrollo futuro.

Los compresores digitales adquiridos en 1995, fueron insuficientes para las necesidades de la compañía, por lo cual fue necesario adaptar el equipo a una nueva tecnología DCII, ya que fue desarrollada en este ámbito; con esto se aprovechan los transpondedores que se rentan al Sistema de satélites Mexicanos.

Comenzó a funcionar el sistema de comprensión digital con ayuda de una tecnología MPEG-II en 1997; y el segundo pertenece a la empresa hermana de Servicios Especiales de Televisión por Cable (SETEC) que inicia su función en febrero de 1998 y el tercero será adaptado antes de que termine el año. Con lo anterior la empresa multiplicará hasta 24 señales por transpondedor.

Con la infraestructura tecnológica instalada genera señales propias y la transmisión de controles remotos:

- Estudios de realización de producción de programas en vivo tanto como grabados.
- Salas de posproducción y animación que cuentan con sistemas realmente avanzados.
- Islas de edición
- Unidades móviles para eventos especiales.
- Sistemas portátiles para reporteros (con un 95% de imágenes directas).
- Un soporte que mantiene las condiciones óptimas de operación (equipo delicado), que da apoyo técnico a los sistemas de televisión por cable, que pueda llegar a necesitarlos.

Así, la operatividad funcional de la empresa se fundamenta en tecnología de punta.

En plataforma de PCTV los archivos son guardados en en el formato de MS Windows y pueden ser ejecutados en cualquier PC con Windows versión 3.1 o mayor. Los archivos a ejecutar ocupan menos de 15 MB de espacio en disco que a la vez se puede instalar tanto el la red como en estaciones de trabajo individuales.

El soporte de base de datos es por medio de software esta diseñado para ser independiente de una base de datos son actualmente soportadas por Topspeed y Oracle y cualquiera de las dos pueden ser utilizadas dependiendo a sus requerimientos.

La comunicación con otras aplicaciones es soportada por medio del protocolo TC/IP incluyendo FTP y enchufes (sockets).

La red se basa con el uso de TCP/IP para OSI Transport y protocolos de red en capas y Ethernet para cableado de la red. Cuenta con sistema de operación de red Novell Netware 4.1. La instalación de la red es por medio de la fibra óptica.

Cualquier servidor existente con un espacio libre de 300-500 MB. El servidor debe tener un procesador Pentium a 133MHz con 64MB de RAM y dos GM de capacidad en disco duro.

Estaciones de trabajo se basa con el procesador 486/33 MHz con 8 de Ram.

Estos aspecto aspectos permiten crear un plan general para la programación futura y agregar detalles finales cuando confirma datos. Donde se coloca de manera automática leen la pauta los programas, series, comerciales, etc. Master es automática, se usa un sistema robotizado de nombre AUTCANT, el cual toma los cassettes y automáticamente los pasa a las consolas de transmisión; midiendo el tiempo de cada evento ó programa.

3.3 LOS CANALES DE PCTV EN MEXICO.

El menú programático que siempre está en proceso de depuración, hace ser los canales de PCTV la mayor proveedora de señales de televisión por cable en Latinoamérica. Puede ofrecer a sus socios 33 canales, en los cuales se incluye la cadena líder a nivel internacional de televisión.

Los distintos géneros como son deportivos, documentales, femeninos, religiosos, genéricos, musicales, culturales, turísticos y cinematográficos, se clasifican en tres categorías:

Canales generados: Canales producidos totalmente por PCTV, desde la adquisición de material y producción de programas propios y transmisión vía satélite.¹¹

TVC , "Una señal de lujo". Canal que presenta una barra matutina para la mujer, películas para cada uno de los sectores de la familia, noticiarios y programas de interés general.

Cinema Platino, "El territorio de la imaginación". Señal estrictamente cinematográfica, abastecida con las mejores producciones internacionales subtituladas al idioma español.

Canal de la Programación, "para que sepas". Señal que despliega la programación de 77 señales de televisión por cable.

Canales de participación: Son aquellos canales internacionales y distinguidos a los sistemas de cable a través del master de transmisión en la estación terrena de PCTV, característicos por su programación y comercialización propias.

¹¹ PCTV, Televisión por Cable: Avances, Retos y Metas. 1998. pág.14 a la 19

Galeusca, "Canal de canales". Desde España presenta en idioma español series, musicales, humor, debates, información, deporte, cocina, noches especiales, arte y artesanías.

ESPN, "La cadena total de deportes". El canal más importante del mundo en su especialidad. Transmite en idioma español los mejores eventos deportivos a nivel Internacional.

ESPN2, "Deportes a lo máximo". Ofrece deporte internacional en idioma español, con eventos locales más relevantes de México y Latinoamérica.

Discovery Kids Channel, "un canal para los niños". Su divertida programación es la única verdaderamente interactiva y está 100% exenta de violencia.

Nickelodeon, "te conecta a tu mundo". Señal infantil con series narrativas, ciclos de concursos, música, variedades, caricaturas, noticias y programas de educación.

Hallmark, "televisión a un más alto nivel". Señal con películas de producción reciente, subtituladas o dobladas al idioma español y especialmente hechas para la televisión.

Telemundo, "todo tu mundo". Ofrece telenovelas, películas, noticiarios, programas de opinión, musicales, de humor y de concurso.

Gems, "el canal de la mujer". Programación especialmente diseñada para la mujer actual.

Fox Kids. El servicio "líder de programación infantil" en los Estados Unidos.

Animal Planet, "animales a toda hora". Todo el mundo de zoología en la pantalla.

THV, "El poder de la música". Programación musical en idioma español, presentada por los propios artistas.

CMT. Canal de música country y latinoamericana estilo grupera.

Films and Arts. El primer canal con lo mejor de las artes. Una refinada selección de la cultura y cinematografía internacional.

Clara Visión. Un canal de contenido espiritual, católico, al servicio de los creyente de habla hispana.

Casa Club. Cocina internacional, moda, decoración, jardinería, deporte, salud y todo aquello que mejora la vida del hogar

Así también, PCTV cuenta con: **Canales representativos:** Esta señal no se transmite necesariamente por la infraestructura técnica de PCTV. Sin embargo, presenta los derechos para que puedan ser transmitidas por los sistemas de televisión por cable.

BBC. Señal inglesa con las mejores producciones a nivel mundial: cultura, deporte, noticias y programas especiales.

Discovery Channel, "descubriendo el mundo". Señal de la más alta calidad en el género documental: ciencia, tecnología, naturaleza, cultura e historia en su pantalla.

Fox. El canal de Hollywood. Con el prestigio de la Twentieth Century Fox.

Fox Sports América. Eventos deportivos internacionales de primer nivel.

TV5, la televisión internacional. Programas producidos para la comunidad francófona, subtitulados al idioma español.

The Weather Channel. Información constantemente actualizada sobre el estado del clima.

TV Chile. Canal producido en el cono sur, dedicado a todos los segmentos de la familia.

Tele UNO, "Los favoritos de la televisión". Únicamente las mejores series.

"Mención a parte merecen los canales de servicios Especiales de Televisión por Cable (SETEC), que a su vez se clasifican en las categorías ya descritas. De entre ellos, los generados por SETEC reciben de PCTV los siguientes trabajos: armado de cartas programáticas mensuales; realización diaria de guías de continuidad; servicios de copiado y almacenamiento en videoteca; control y supervisión de los proveedores de material y servicios de continuidad y monitoreo."¹²

¹² PCTV, PCTV:Origen, Presente y Futuro, 1995. pag. 12

CMC, "Cine mexicano por cable". Señal cinematográfica, que se nutre básicamente de la filmografía nacional, clásica y contemporánea.

Cable Kin, Para lo mejor de la vida. Ofrece series para niños y jóvenes, programas de concurso, películas de dibujos animados y filmadas.

Travel Channel -People and Arts. Señal que combina todos los aspectos del turismo y el arte internacional.

MTV Latino. Una señal de la cadena de música con mayor prestigio a nivel mundial

Los siguientes canales recurren a un sistema por cable para cubrir todo el territorio nacional, debido a que su cobertura a nivel nacional es limitada, porque no cuenta con una red de repetidoras como Tv Azteca y Televisa.

CNI Canal 40, la realidad en televisión, noticias, reportajes y películas de calidad.

Canal 11. Cultura, información y diversión para toda la familia.

3.4 LA PROGRAMACION DE PCTV.

Una de las actividades del material que oportunamente adquiere los derechos correspondientes, donde se realizan las cartas programáticas mensuales, es la que determina el contenido de cada una de nuestras señales.

A través de las guías de continuidad diaria, se tiene el control de lo que se transmite en cada canal: programación, promociones, comercialización, etc.

Se cumple un control con los publicitarios en cuanto a la comercialización y televentas.

El copiado de material debe tener buen estado para su transmisión, así como corregir anomalías de calidad y contenido.

Como parte del proceso de programación, PCTV cuenta con una videoteca de 20,209 videocintas; su tarea sería la siguiente:

- Resguardo y clasificación de material videografico
- Resguardo y clasificación de material fonográfico
- Distribución de material para transmisión
- Distribución y trafico del material dentro y fuera de la compañía.
- Realización de bitácoras diarias
- Tramites aduanales para ingreso de material extranjero
- Recepción y clasificación de material de diferentes proveedores
- Reportes de *status* de programas con referencia a sus derechos.

Una de las actividades más importantes de la programación en PCTV es la continuidad; en esta área se lleva el control de programas, promocionales y comerciales, así como la verificación de los tiempos programados; siempre se están supervisando los masters asignados a canales de generación propia.

En los canales asociados o de participación publicitaria se insertan programas y se ordenan para adaptarlos a formatos de comerciales que cada cadena tiene, por ejemplo: ESPN.

Los canales cuyos derechos de transmisión por cable hacia el interior del país, tiene PCTV para su operación en monitorear señales, toda vez, que no pasan directamente por su infraestructura. Los continuistas conocen el seguimiento de las programaciones tanto las de origen como las de inserciones de otras compañías con los derechos compartidos.

Con el seguimiento de monitoreo se realiza un reporte mensual de la información auditada, a la vez es entregada al área administrativa de PCTV. Este monitoreo se lleva acabo a partir de marzo de 1994 y son las siguientes: TNT, Tele UNO, Fox, NBC Noticias y Discovery Channel en español las 24 horas del día, los 365 días del año.

3.5 COMERCIALIZACION EN PCTV.

En el año 1990 se autorizó la comercialización en los canales de televisión por cable, lo cual hace de esta industria un medio joven en la cultura comercial. Por ello, ha sido difícil el proceso de penetración en el ambiente publicitario. El desconocimiento de agencias y anunciantes respecto de las características peculiares de PCTV, entorpeció el desarrollo de esta área.

Hay que tomar en cuenta este panorama que, al no tener presencia televisiva en el Distrito Federal, generador de las decisiones de compra y consumo del 50% del mercado nacional, la situación relativa a comercialización se ha dificultado: Los competidores referenciales de la empresa - Multivisión, Cablevisión y televisión abierta - tienen una experiencia y una vocación comercializadora de la que carece PCTV.

A pesar de estos inconvenientes se ha logrado con los máximos esfuerzos, abrir camino comercial. El resultado de estos trabajos se refleja hacia una ruta ascendente.

La crisis económica actual, que se estima ha reducido las inversiones publicitarias hasta en un 50% no permite a PCTV certificar la inversión publicitaria prevista para el actual ejercicio, pero si se conserva la tendencia del primer semestre de 1995, PCTV se podrá considerar entre los medios menos afectados por las dificultades que atraviesa el país.

De acuerdo a las tendencias, una vez restablecida la recuperación económica, tanto nacional como local, el aspecto comercial de la televisión por cable llegará a ser, de acuerdo a la experiencia mundial, un medio muy rentable.

La comercialización de publicidad se inicia a través de representantes externos de ventas, con excepción de dos pequeños contratos que se lograron en 1991, pero que para fines estadísticos se consideran de 1992.

Así, se decide manejar parcialmente la venta directa de publicidad dentro de la empresa durante 1994, con buenos resultados, con un monto del 19.2% del total comercializado por PCTV.

En los primeros meses del 1995, el volumen de ventas de publicidad realizado por la empresa resultó con un 32.2% del total.

Una modalidad en la comercialización de PCTV, es la "comercialización por señales".

Como empresa esencialmente dedicada a la comercialización de señales a través de la televisión por cable, en cuanto a los sistemas asociados, PCTV se encuentra a la vanguardia del medio, subiendo al doble de afiliados que las otras cadenas de paga juntas. El incremento en señales y suscriptores ha permitido bajar los precios promedio por suscriptores en beneficio de los concesionarios.

Una de las prioridades, es que los socios tomen el mayor número de señales a través de PCTV, pues es una forma de bajar costos de cada canal, redundando en beneficios de todos los concesionarios, y cumpliendo a la vez una de las misiones principales para la cual fue creada esta empresa.¹³

¹³ ESPN Latinoamérica es un canal de señal de participación por cable de cobertura nacional en cada una de las más de 100 ciudades del país que se enlaza vía satélite con PCTV desde el Distrito Federal

Tomando en cuenta que ha sido insuficiente la atención dada a este importante servicio, ¹⁴ que se ha tomado la noción de crear una nueva Dirección de Comercialización de señales y servicio a sistemas.

Ahora es posible anunciarse por medio de la televisión por cable ya sea a nivel nacional, regional o local, obteniendo las ventajas que este medio reporta; como son las siguientes:

- Auditorio de alto poder adquisitivo
- Facilidad de seleccionar las transmisiones bajo un concepto de flexibilidad total en cobertura nacional, en una red o en un ámbito local.
- Posibilidad de producir programas propios
- Óptimo rendimiento de compañías comerciales traduciéndose en un mínimo desperdicio publicitario.

Las fórmulas de comercialización de PCTV son creativas, debido a que los programas son en vivo, secciones, entrevistas, patrocinios, cintillos, superimposiciones, créditos de entrada y salida del programa, informerciales, televenta, etc., con la posibilidad de utilizar comerciales de diferentes duraciones según las necesidades de comunicación de cada cliente.

¹⁴ Cada canal está diseñado pensando en el perfil de nuestros suscriptores, transmitimos programas musicales, deportivos, dibujos animados, películas mexicanas, películas de recién estreno, telenovelas, programas para la mujer y servicios informativos. Y mantener un vínculo de comunicación entre suscriptores y empresa en cada localidad.

3.6 RELACION PCTV - ESPN

PCTV cuenta con ESPN Latinoamérica como un canal de participación debido a que su señal es distribuida por el master, para de integrar la programación y comercialización.

ESPN Latinoamérica es un canal de televisión que coopera con PCTV en su transmisión por cable a México y Centro América. Con deportes de interés para el público mexicano, incluyendo un gran número de eventos desde los Estados Unidos, así como eventos locales de México y de la zona norte de América Latina.

Este sistema complementará al sistema Pan Regional Latino de ESPN, transmitiendo eventos deportivos estadounidenses de primera calidad tales como Béisbol de las Grandes Ligas (MLB), Fútbol Soccer de las Grandes Ligas (MLS), Baloncesto Colegial y una variedad de eventos deportivos de México que no se transmiten a través del sistema Pan Latino. Cabe señalar que los comentaristas de este canal son de origen Latinoamericano.

Jacques Kremer afirma, Dado que los televidentes mexicanos se interesan más por los eventos deportivos de Estados Unidos que los de otras regiones del sur de Latinoamérica, creemos que es esencial ofrecerles programación de primera calidad que coincida con sus preferencias, y que cuente con la presencia de los mejores comentaristas y analistas.¹⁵

¹⁵ Declaración del Lic. Eduardo Ricarde, Director General de PCTV, 4 de septiembre de 1996.

"ESPN Latinoamérica abre un nuevo espacio en la televisión por cable en México . No solo porque se amplía la cobertura de eventos deportivos de primera calidad, sino sobre todo, porque esta alianza de la fórmula de asociación y cooperación con las grandes señales internacionales redunda en beneficio para todos los que participan en esta industria y en particular, para los suscriptores, que son el pilar de la misma".¹⁶

Formada en 1989, PCTV (Productora y Comercializadora de Televisión, S. A. de C. V.), es una alianza de concesionarios de cadenas de televisión por cable de todos los estados de la República Mexicana. Con 200 sistemas de cable, y un gran número de afiliados. PCTV cubre 285 ciudades en diferentes estados de la República. Cuenta con más de 1 millón de suscriptores, casi el doble de el número de suscriptores de las demás cadenas de televisión por cable combinadas.

ESPN, es un canal de PCTV especializado en deportes, es "el líder mundial de deportes", es propietario único y de participación en 20 redes internacionales, que llegan a más de 150 millones de hogares fuera de los Estados Unidos. ESPN también es propietario de 3 cadenas de cable en los Estados Unidos - ESPN, ESPN2 y ESPNEWS, que llegan a 73 millones de hogares. ESPN es visto en casi todos los países del mundo, en 20 idiomas a través de sus redes y su programación sindicada. El 80% de ESPN pertenece a ABC Inc., subsidiaria indirecta de la Walt Disney Company. La Hearst Corporation es propietario del 20% restante.

¹⁶ Declaración de Jacques Kremer, Predidente Ejecutivo y Director General de ESPN Internacional para Latinoamérica, 4 de septiembre de 1996.

Productora y Comercializadora de Televisión, S. A. de C. V. (PCTV) como empresa que trabaja al 100% con concesionarios de sistemas de televisión por cable, trata de obtener nuevas opciones de ingreso y negocio para sus asociados, con ayuda de la Industria Mexicana de la Televisión por cable.

En un ramo tan competitivo como el televisivo, ingresar señales internacionales de las grandes cadenas, inicia un surgimiento progresivo al futuro. De ahí la buena parte del esfuerzo realizado por el lustro de vida que coloca a PCTV como un ofertador de señales en México - debido al rubro de la programación.

Por último mencionó que ESPN ha tenido una excelente transmisión con respecto a programación y distribución. Y que PCTV ha sido un aliado fabuloso en esas áreas. Con el conocimiento del mercado local que poseen ellos, y el compromiso que tiene ESPN de ofrecer lo mejor en deportes regionales e internacionales, ESPN Latinoamérica continuará creciendo en cantidad de suscriptores,¹⁷ como uno de los canales más importantes de PCTV.

¹⁷ Comentario del Vice Presidente de ESPN Internacional Jacques Kremer el 14 de octubre 1997

4. FUNCION OPERATIVA DE ESPN LATINOAMÉRICA EN MEXICO.

La función operativa de la Televisión por Cable, difiere notablemente del funcionamiento de la televisión abierta.

- A. Fuentes domesticas de ESPN - programas en vivo, pero a la vez narradas al español por PCTV, con los mejores comentaristas del país.
- B. ESPN Internacional selecciona eventos para el uso regional en vivo y también narradas al español por PCTV.
- C. Videoteca proporciona el material, así como grabaciones realizadas en PCTV del ESPN y cassettes enviados por ESPN Internacional.¹⁸
- D. Eventos adquiridos o producidos por PCTV
- E. Compra de programación que a su vez tiene derechos de transmisión; son eventos de buen nivel mundial- producidos por PCTV PCTV adaptó un departamento de narradores: Actualmente la empresa cuenta con los narradores en el Telepuerto con dos cabinas de audio, para eventos especiales provenientes de ESPN al español.
- F. La guía de continuidad se realiza por medio de los commercial Log,(Guía de Continuidad) que es el formato donde se representa la programación diaria que incluye programas y cortes comerciales, guías y condiciones, protecciones y contando los cambios de programación de última hora, (como pueden llegar por fax o por correo electrónico), etc.¹⁹

¹⁸ Videoteca realiza el control de cassettes, control de calidad, copiado de cassettes, información gerencial, y disponibilidad de información.

¹⁹ Para ESPN se da seguimiento a las transmisiones a partir de las guías de continuidad, recibidas y se efectua los bloques en caso de que la cadena , así lo requiera También utiliza indicaciones específicas sobre la guía de continuidad.

4.1 ANTECEDENTES DE ESPN LATINOAMERICA EN MEXICO

La televisión por cable en México se establece aproximadamente en un 8% total de tv hogares. En los sistemas de cable se transmiten entre 7 y 25 canales donde primordialmente se capta ESPN Latinoamérica, el primer canal exclusivo para los suscriptores .

ESPN Latinoamérica ocupa un lugar preferencial en la selección entre la teleaudiencia por ser un canal de participación.

Existen más de 100 ciudades en México con un sistema de cable funcionando y 100 más en proceso de instalación. Se puede habla de un alto potencial en crecimiento en corto plazo.

Tiene un auditorio de casi 1,300,000 suscriptores de nivel socioeconómico alto y medio, con potencial de crecimiento de más del 20% anual.

De acuerdo al monto de contratación y a la forma de pago se puede obtener atractivas bonificaciones que le permitirán planear eficientemente su presupuesto de publicidad.

Es una buena alternativa para promover diferentes productos y servicios dirigidos a jefes de familia, amas de casa, jóvenes y niños a través de programación versátil y diferente , etc.

4.2 FUNCION OPERATIVA EN GENERAL DE ESPN LATINOAMERICA

Es importante remarcar que el canal ESPN Latinoamérica ofrecerá un servicio de programación que completa el estilo americano que actualmente cuenta con un crecimiento anual en número de suscriptores durante los últimos cinco años: 10% , y se busca mantener el gran nivel de producción y su calidad en programación que se asocia con la marca registrada por ESPN.

La función operativa y la asociación de PCTV con ESPN abre un nuevo espacio con respecto a la televisión por cable, no sólo porque se amplía la cobertura de eventos deportivos, sino que se incorpora a las grandes señales internacionales.

ESPN Latinoamérica ofrece buena calidad en producción y programación de interes para los suscriptores

El diseño de un esquema programático en cuanto a la función operativa del canal ESPN Latinoamérica de PCTV es colocar diariamente los comerciales y promocionales tanto de ESPN como los de PCTV.

Se sabe que todo material pasa por videoteca y grabaciones realizadas por PCTV en videotapes enviados por ESPN Internacional. Es importante saber esto porque este material se le designa numeración para ser pautado.

Para poner en función la operatividad de una pauta de ESPN Latinoamérica es necesario entrar al sistema electrónico de tablero de anuncios (servicio BBS por Modem) de ESPN Internacional proporciona en carácter de servicio a las afiliadas de la cadena ESPN Internacional en todo el mundo.

Al acceder al servicio BBS por Modem, los autorizados pueden ver y transferir los horarios de programación de la cadena ESPN que se indican a continuación, así como otra información, que se actualiza diariamente, en este caso se usaría 9A ESPN Latin America/Middle East -Pan Am Sat 3.

Así mismo hay presentaciones comerciales, horarios de eventos, registros de programas, atracciones principales de la cadena y más información textual que se puede transferirse. Las reseñas informativas y los horarios de programación se proporcionan tanto en inglés como en español.

Obtenida la información en computadora por medio del BBS, se transforma de texto a excel para trabajarla por medio del formateo quitarán líneas y espacios que no tienen función. En seguida se cambia el horario (para México es una hora menos con respecto al horario de Nueva York).

En cada break (corte de inicio o fin dentro de un programa o evento) del programa se van insertando la comercialización y promos proveniente de los Estados Unidos y la de PCTV. dependiendo al grado de importancia del evento.

El segundo break por evento es de comercialización local, cuenta con identificación visual (semáforo verde), desde julio de 1997; para ESPN Latinoamérica es de 1 minuto.

La programación diaria (llamada pauta), se forma de promos y comercialización de Estados Unidos como de PCTV, televentas e infomerciales.

PCTV produce programas especiales que tienen derechos y que a la vez están patrocinados, por mencionar algunos serían la lucha libre, nauticopa, acuacopa y charrería de México, etc.

Lo anterior descrito de la pauta de transmisión es seguida por la continuidad en el master de PCTV ejemplifico:

.....
11:00 FORMULA 3 SOUTH AMERICAN CHAMPIONSHIP 98005
PETROBRAS GRAND PRIX OF LONDRINA
LONDRINA ,PR
SPORT CODE: ARFS-559615-123-0
RUNNING TIME: 01:30:00 INSERT "LIVE" BUG THROUHOIT EVEN
COMMERCIAL BRKS: 7 BILLBOARDS ON COMP REEL
ACTUAL COMMERCIAL BRKS ON LOG: 7
COMMERCIAL TIME: 00:12:15 ACTUAL TIME: 00:12:15
REELS: LIO980001270
REMARKS: LIVE
.....

BRK:1 (BRK 1 ESPN***02:00)
ANHEUSER BUSCH/BUDWEISER BLLD B 00:15 4182 4182
ANHEUSER BUSCH/BUDWEISER N 00:30 4866 AUBI 7053
FIRESTONE/FIRESTON BRIDGESTONE N 00:20 4874 PISTA
FORD MOTOR CO/LINCOLN MARK N 00:20 4908 FORD '20
FUTBOL DE ESPAÑA TEASE6/19 T-B FUTBOL P 00:15
X GAMES DAY 2 TONIGHT 6/28 X GAMES P 00:15 4506
ESPN VARIOUS/PROMO MLB ID P 00:05 MLB ID 5/21-9/30

BRK:2 (BRK 2 AFFILIATE***01:00ESPN***01:30)
PR SEMAFORO 4 0:01:30

BRK:3 (BRK 3 ESPN***01:30)
PR SP-01 TC-12435401 GENERICO DEPORT. FEMENINOS 00:30
PR P-3203 GENERICO 3 (HOCKEY) 00:30
P90SP-4175 1997 CHAMPIONS SEGMENTO 1 TC-01215314

| | | |
|---|--------|-------|
| BRK:4 (BRK 4 AFFILIATE***01:30) | | |
| CO P-3827 CAFE | TOYOTA | 00:30 |
| CO P-4810 VACACIONES-466A | VISA | 00:30 |
| PR P-3203 GENERICO 5 (VARIOS DEPORTES) | | 00:30 |

| | | |
|--|--|-------|
| BRK:5 (BRK 5 AFFILIATE***01:00 ESPN***01:30) | | |
| TV P10-2893 B FINE (PROTECTOR HEPATICO) | | 01:00 |
| P60SP-7832 NBA IMAGE "RAVE" | | 00:30 |

Explicación del ejemplo:

- Así viene de origen el break 1
- El break 2 es el semáforo, es la identificación en color verde que anuncia el corte local.²⁰
- Este break 3 esta formado solo por promos de ESPN
- La combinación de comerciales y promo de ESPN
- Por último el break 5 incluye una televenta de PCTV y un promo de ESPN

Este procedimiento de la operatividad de ESPN Latinoamérica en PCTV, es importante ya que sin ella no se tendría un control exacto, en cuanto a la programación y comercialización de ambas partes para su transmisión.

²⁰ El espacio de inserción comercial local en ESPN, es en el segundo corte del evento o programa, dicho corte será identificado a través de un semáforo verde con duración de un minuto.

4.3 COMERCIALIZACION DE ESPN EN MEXICO.

El control de la comercialización por parte de ESPN se conjunta por medio de unas ordenes comerciales diarias, contenidas en las formas comerciales (commercial log), son reportados los tiempos reales de transmisión.

A lo largo de mi experiencia laboral dentro de la empresa es sorprendente observar que canales de otro género como lo son: los familiares, cine, infantiles y musicales, no cuentan con los clientes comerciales que ESPN Latinoamérica canal deportivo ya tiene, lo cual es importante por el ingreso sumamente considerable para las dos empresas, y lo cual indica que los deportes en México son vendibles por el interés que los televidentes muestran en ellos.

ESPN Latinoamérica es también llamado ESPN1, y sabemos de antemano que es un canal con el mayor número de suscriptores y el más comercializado de manera nacional, regional o local por PCTV.

4.4 CONTROL DE CLIENTES Y PUBLICIDAD DE ESPN EN MEXICO

Para que cualquier Cliente inicie su comercialización en PCTV deberá entregar su contrato o convenio, especificando Tarifas y Bonificación que se le deberá aplicar.

Al Departamento de Control de Clientes y Publicidad llegan todas las pautas de publicidad tanto de Clientes Directos de PCTV como de Agencias de Publicidad, Centrales de Medios y Comercializadoras con las que se realizan las órdenes de los Comerciales que se van a transmitir en los 13 canales antes mencionados.

Así, los clientes entregan el material a transmitir, el cual es enviado al Departamento de Videoteca para su registro, copiado correspondiente y envío al Telepuerto para su transmisión. Videoteca le asigna un número a cada material, mismo que debe ser usado en las órdenes comerciales.

Las órdenes de publicidad pueden ser diarias, semanales, mensuales o por campaña o por un período determinando, e incluyen:

- Nombre del Canal
- Fecha de transmisión
- Nombre del Programa
- Horario
- Número de Spots
- Producto
- Versión
- Duración
- Costo
- Bonificación en su Caso.

En el departamento de control de Clientes y Publicidad, se reciben las órdenes antes mencionadas capturando las mismas en la base de datos de cada Canal de PCTV, con lo que se realizan las órdenes diarias de comercialización, en dichas órdenes se indican los cortes de los programas y la posición en que deberán entrar los spots, tomando en cuenta el tiempo disponible y falta de competencia entre los Clientes.

Es importante mencionar que existen patrocinios de películas y eventos especiales en TVC, así como paquetes de eventos Deportivos como la NBA Basketball y NHL Football American entre otros. Estas ordenes se envían con un día de anticipación de lunes a viernes al departamento de programación y para las pautas de los fines de semana, todos los viernes se mandan las del sábado, domingo y lunes.

En los Departamentos de Control de Clientes y Publicidad y en el de Programación siempre debe haber una buena comunicación y coordinación de información: tiempos, programación y cambios de última hora, porque es fundamental e importante que los spots sean transmitidos en el programa y horario pautado por el Cliente, porque cualquier error se refleja en los reportes mensuales que el Departamento de Control elabora para el Cliente.

El Departamento de Programación reporta diariamente los horarios reales de la transmisión de los spots programados, mismos que se anexan a los reportes mensuales que se realizan, los cuales incluyen:

- Nombre del Cliente
- Inversión total
- Desglose de los spots transmitidos por canal
- Duración de cada spot
- Horario solicitado por el Cliente
- Programa solicitado por el Cliente
- Costo unitario por spots
- Porcentaje de Bonificación
- Costo de Bonificación
- Estado de Cuenta
- alguna observación específica y de importancia para el Cliente

Los reportes mensuales, se entregan al ejecutivo que maneja cada cuenta, para que dé su aprobación, al obtener ésta, se envía directamente al departamento de Contabilidad con el que se verificarán las cantidades facturadas y pagadas por cada cliente.

ESPN Latinoamericana tiene los siguientes clientes comerciales publicitarios en PCTV durante 1998:

| Cliente PCTV | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo |
|----------------|-------|---------|-------|-------|------|
| Chrysler | X | X | X | X | X |
| Inverlat | X | X | X | X | X |
| Altos Hornos | X | X | X | | |
| General Motors | X | X | | X | X |
| Goodyear | X | X | | | X |
| Modelo | X | X | | | |
| El Nacional | X | X | X | | |
| Telcel | X | X | | | |
| Sección Amar | X | X | | | |
| Herdez | X | X | X | X | X |
| McCormick | X | X | X | X | X |
| Mole Doña | X | X | | | |
| Miel Cerlota | X | X | | | |
| Bic | X | X | X | X | X |
| Gohner | X | X | | | |

| | | | | | |
|------------------------|--|---|---|---|---|
| Nestle | | X | X | X | X |
| DHL | | | X | X | X |
| Hotel Misión | | | X | | |
| Hotel Imperial | | | X | X | |
| Quaker | | | X | X | X |
| Reino Aventura | | | X | X | |
| Firestone | | | X | X | X |
| Tecate | | | X | X | X |
| Wonder | | | X | X | X |
| Banco Santander | | | | X | X |
| Equipos Treviño | | | | X | X |
| Seguros la Territorial | | | | X | X |
| Grupo Acir | | | | X | X |
| Revista del Mundial | | | | X | X |

| Cientes ESPN en PCTV | adquiridos ESPN |
|-----------------------------|------------------------|
| Adidas | X |
| AT&T | X |
| BMW | X |
| Budweiser | X |
| Cartepillar | X |
| Citizen | X |
| Chevron | X |
| Diner's Club | X |
| Erickson | X |
| Hyundai | X |
| Interwood | X |
| Johnie Walker | X |
| Mastercard | X |
| Nike | X |
| Quaker | X |
| Ricoh Copiers | X |
| Royal Caribbean | X |
| Sharp | X |
| Samsung | X |
| Sony | X |
| Tecate | X |
| Toyora | X |
| Visa | X |

Tarifas Adquiridas

| HORARIO | DURACION |
|------------------------------|--------------------------|
| AAA (19:01 - 24: 00 HRS.) | 60" 40" 30" 20" |
| AA (16:01 - 19:00 HRS.) | 60" 40" 30" 20" |
| A (00:01 - 16:00 HRS.) | 60" 40" 30" 20" |

- Tarifas vigentes del día 1o. de noviembre de 1997
- La publicidad para cigarros solamente podrá hacerse desde las 21:00-24:00 HRS.
- Las bebidas alcohólicas con graduación de 20^o Gay Lussac o más, sólo podrán anunciarse después de las 22:00 HRS.

Estas tarifas son netas.²¹

Parte fundamental de la programación es la publicidad; en este aspecto ESPN funciona como una compañía global para alcanzar a consumidores de altos ingresos alrededor del mundo, mediante ESPN Internacional Networks; mostrando una gran habilidad para personalizar la venta: local, regional y globalmente. Para obtener otro tipo de información para internet: destacados y programación rodriguez@espn.com

²¹ PCTV describe se espacio de la inserción de la comercialización local, en la señal cuenta con identificación visual (semáforo verde). En ESPN Latinoamérica lo utiliza en Eventos o programas: semáforo verde en segundo. Carrier por evento sobre un minuto.

4.5 PRODUCCION DE ESPN LATINOAMERICA EN MEXICO

En la producción se genera la idea de un programa, promos, comerciales, etc., con el cual se aborda al público enfocando el aspecto deportivo. La experiencia de ESPN, combinada con su sistema internacional de satélite, permite a los televidentes de todo el mundo disfrutar de los deportes más populares.

a) Mejoramientos técnicos en cuanto producción, acordando lineamientos de acuerdo al perfil del canal.

b) Realización de promocionales para cubrir la pantalla las 24 Hrs. del día, Tomando en cuenta que en eventos grabados solo se manejan 4 breaks de minuto y medio por cada media hora. En eventos en vivo varía según el deporte que se este transmitiendo y de los acuerdos con los proveedores.

c) Realización de programas con producción propia de distintos eventos como: Charrería, acuacopa, nauticopa, lucha libre, etc., que en ocasiones son programas patrocinados, además existe un convenio con la cadena de ESPN para transmitirlos.

4.6 PROGRAMACION DE ESPN LATINOAMERICA EN MEXICO

La programación que se describe podría estar sujeta a ciertas restricciones territoriales, tanto para México como para Estados Unidos. Todos los horarios están sujetos a cambio. Ya que diariamente se tienen cambios constantes en la programación en todas las funciones operativas de ESPN Latinoamérica.

1. Realización de reportes de transmisión (solicitados y creados por el Área de Programación).
2. Realización de reportes de grabación (solicitados y creados por el Área de Programación).
3. Uso de Runsheets para eventos grabados que transmita ESPN doméstico (Elaborado por ESPN).
4. Reporte de la comercialización de ESPN como la de PCTV con tiempos reales de transmisión.²²

En el área de publicidad de PCTV, se ha manejado la introducción del infomercial junto con la programación diaria, también se puede mencionar que es una técnica moderna de publicidad tratando de influenciar la conducta de los compradores de productos durante 30 minutos..

Esta es la razón del éxito de la televisión por cable en nuestro vecino del norte: la selectividad del público receptor, el conocimiento de quién es y dónde está y la gran ventaja de dedicar mayores espacios de tiempo a la explicación de cada producto, ensayando fórmulas tan afortunadas como los infomerciales que pueden tener una duración ilimitada. La ventaja cualitativa de la televisión por cable ha hecho de este medio una categoría nueva dentro de la comunicación que le ha permitido superar su carácter de complemento de la televisión abierta para convertirse en una alternativa con características propias.

Las nuevas estrategias de mercado son promovidas por PCTV en el mundo de los anunciantes y agencias de publicidad. Por su naturaleza es una tarea lenta que ya ha empezado a dar los primeros resultados.

²² Desde 1995, ESPN llegó a ser el primer servicio de programación por cable (considerando los de cualquier tipo) que llegó a más de 5 millones de hogares en América Latina. Hoy en día, ESPN sigue siendo el servicio número uno en el rating por lo que los consumidores de mayor poder adquisitivo se suscriben a un servicio de cable.

Otro aspecto que la televisión por cable presenta, es el impulso sistemático de operaciones de televenta. Estadísticamente hablando en menos de un año se ha observado un incremento espectacular de más del 10 mil por ciento, esta estrategia como medio atractivo para los suscriptores y rentable para PCTV.

Como se puede observar en este apartado, es notable la diferencia entre la televisión transnacional por cable y la televisión nacional abierta.

CONCLUSIONES

Las nuevas tecnologías de comunicación e información que evolucionaron de manera acelerada desde los años 70's, han permitido una serie de cambios que influyen en todos los ámbitos de la vida social, política y económica, modificando los procesos de producción, de emisión y recepción de todo tipo de mensajes e informaciones, desde el flujo de datos transfronteras hasta el periodismo electrónico a través de la internet, la televisión vía satélite, la telefonía celular, el sonido digital y la televisión por cable, entre otros.

La televisión por cable es una de esas nuevas tecnologías donde México ha alcanzado un desarrollo muy importante en los últimos 25 años; de tal manera que cada vez más hogares de diversos *estatus* sociales han accedido a este servicio.

Actualmente esta nueva tecnología de recepción y emisión del mensaje televisivo presenta un auge superior al de los años 80's de tal manera que en México existen tres grandes empresas a nivel nacional que dan este servicio.

La televisión por cable sé promociona con pocos cortes comerciales y que la programación proviene directamente de los Estados Unidos. La televisión por cable mexicana se ha desarrollado de acuerdo al modelo norteamericano en cuanto a valores estereotipos y realidades.

Una de estas empresas es PCTV, que ha crecido de manera importante ofreciendo 33 canales al público por cable. Uno de los canales más importantes de esta empresa es ESPN Latinoamérica que se dedica a programas deportivos, que son muy consumidos por el público mexicano.

PCTV es una empresa que ha tenido un crecimiento importante durante el último año por lo que existen infinidad de necesidades a nivel computo, además del problema derivado por la diversidad de equipos y software que se tiene, esto provoca que cada área tenga su propia información.

ESPN Latinoamérica es un canal de origen ~~estadounidense~~ estadounidense, con alcance internacional, que llega a más de 175 millones de hogares en más de 165 países en 21 idiomas distintos. ESPN brinda todas las ligas y los personajes, todas las rivalidades, las sorpresas, los campeonatos y la acción sin pausas de los mejores deportes profesionales, a los televidentes en todo el mundo. Hoy día, ESPN sigue siendo el servicio número uno el rating y es la razón por la que los consumidores reflejado en mayor poder adquisitivo se suscriben a un servicio de cable. ESPN se lanzó por primera vez al mercado televisivo de los EE.UU en 1979. Por la importancia y alcances de este canal y por mi experiencia de trabajo en PCTV, delimité esta investigación en la función operativa, distribución de contenidos y publicidad de esta empresa PCTV.

Las actividades que integran el área de programación, videoteca, continuidad, imagen y contenidos. Automatizar y agilizar las labores de las áreas anteriores trata de eliminar errores humanos.

Durante la investigación pude observar que la función operativa de este canal presenta diferencias notables en relación a la operatividad empleada por el sistema de televisión abierta.

ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

La función operativa de ESPN Latinoamérica se basa en la guía de continuidad donde están marcadas la entrada y salida de cada evento, los breaks están formados con promos son segmentos visualizados y verbalizados donde se da a conocer los diferentes eventos y horarios programados y comerciales , etc. La comercialización es específica y variada a los diferentes eventos que pueden ser en vivo, diferidos o grabados. Los clientes escogen las diferentes temporadas para poder comercializar sus productos; por ejemplo: la NBA, NFL, NHL, CART, Golf, Tennis, etc., que a la vez se basan en una programación armada en México y Estados Unidos que tiene una duración conforme al contrato que adquirieron los anunciantes.

ESPN obtiene sus ingresos de venta de publicidad a través de sus más de 1,000 patrocinadores nacionales y de cuotas de afiliados. ESPN, Inc. produce más de 11,400 contenidos de programación en vivo a través de ESPN, ESPN2 y ESPN Internacional.

Las fórmulas de comercialización de PCTV son creativas, debido a que los programas son en vivo, en secciones, entrevistas, patrocinadores, cintillos, superimposiciones, créditos de entrada y salida del programa, infomerciales, televentas, etc., con la posibilidad de utilizar comerciales de diferentes duraciones según las necesidades de comunicación de cada cliente.

Otro aspecto que la televisión por cable presenta, es el impulso sistemático de operaciones de televenta. Estadísticamente hablando en menos de un año se ha observado un incremento espectacular de más del 10 mil por ciento, esta estrategia como medio de comercialización es atractivo para los suscriptores y es rentable para PCTV se obtiene regalías por cada venta realizada.

Por último menciono que ESPN ha tenido una excelente transmisión con respecto a programación y distribución. Y que PCTV ha sido un aliado fabuloso en esas áreas. Con el conocimiento del mercado local que poseen ellos, y el compromiso que tiene ESPN de ofrecer lo mejor en deportes regionales e internacionales, ESPN Latinoamérica continuará creciendo en cantidad de suscriptores, como uno de los canales más importantes de Productora y Comercializadora de Televisión, S.A de C.V. PCTV

BIBLIOGRAFIA

- Covi, Delia. La Televisión por Cable: El caso mexicano. Cuadernos de Ciencias de la Comunicación 1, F.C.P. y S, UNAM 1990. 39 pp.
- Esquivias Fuentes, María de la Paz. Efectos de la programación de cablevisión en el público receptor del área metropolitana de la Cd. de México Tesis F.C.P y S. UNAM México. 160 pp.
- Folleto de P.C.T.V.. Origen, Presente y Futuro. México, Septiembre , 1995.
- Folleto de P.C.T.V., P.C.T.V., México, Mayo, 1998.
- García Calderón, Carola Isabel Evangelina. El poder de la Publicidad en México, Tesis F.C.P y S UNAM, México 1996.
- García Nacif Hid, Luis Eduardo. La producción en televisión. Tesis F.C.P y S UNAM México 1994, 98 pp.
- Gaytan Caballero, Luz. Manual para la adquisición de tiempo comercial en Tv. Tesis F.C.P y S UNAM México, 1994, VI, 65 pp.
- León Candiani, Enrique. Deporte y comunicación, analisis de un mito, Tesis. F.C.P y S. UNAM México 1982, 122 pp.
- Lugo López, Luis Javier. Manual para la producción en cablevisión Tesis F.C.P y S. UNAM México 1986. 115pp.
- Quezada Vazquez, Hector. MVS Multivisión: la adquisición y cesión de derechos para la explotación de material televisivo. Tesis F.C.P y S. UNAM México, 1996, 64 pp.

- Romero, Carmen, La negociación concreta en medios de comunicación en el TLC, entre EEUU, Canadá y México. Tesis, F.C.P. y S. UNAM, 1997, 105 p.p. (Asesor: Ruben Santamaría Vazquez.).
- Salazar Núñez, Alma Brenda. Los informerciales interactivos la nueva herramienta de la publicidad. Tesis F.C.P y S UNAM México, 1987, 135 pp.
- Wingartz Plata, José. Los eventos deportivos en el canal 13 durante 1980, ¿Existe una política nacionalista hacia el deporte?. Tesis F.C.P y S. UNAM 109 pp.