

Nuevos canales de tv van por 14% de la publicidad

Carla Martínez

carla.martinez@eluniversal.com.mx

Los nuevos canales de televisión abierta podrán alcanzar el 14% del mercado publicitario de televisión en cinco años, dijo Fernando Borjón, comisionado del **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)**.

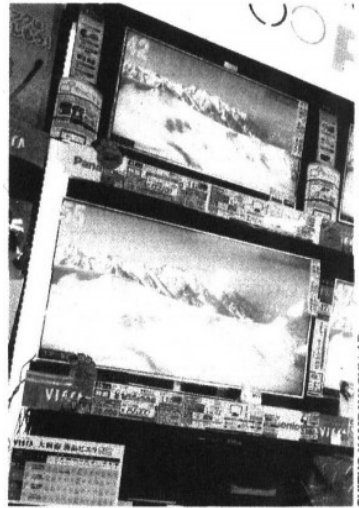
Esto se logrará gracias a la multiprogramación que será posible con la digitalización de las señales de televisión pues en el mismo espacio de 6 MHz que actualmente usa un canal, se podrán transmitir seis canales.

“Cuando hay multiprogramación y hay *must carry*, se tienen dos efectos: el primero que puede cubrirse a la gente en televisión abierta y el segundo que con *must carry* también entra en la televisión de paga”, expresó.

Basado en la experiencia internacional, en Francia y Reino Unido se logró que las nuevas cadenas tuvieran mercado, explicó. En 2005, con la multiprogramación en Reino Unido, se pasó de cinco a 28 canales de televisión abierta y en Francia de seis a 22 canales.

Por ello, lo que venga en la ley secundaria sobre multiprogramación será crítico, destacó.

En México deberá considerarse el equilibrio que debe existir



BENEFICIO. La multiprogramación apoyaría a los nuevos canales

entre las empresas existentes, Televisa y TV Azteca, y las dos nuevas cadenas, pues empresas como Televisa, podrían “inundar” el mercado con mayor velocidad que las nuevas cadenas, dijo el comisionado.

Respecto a la transición hacia la Televisión Digital Terrestre (TDT), y el programa de la SCT que planea entregar tv’s y no decodificadores, mencionó que la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofotel) no lo consideró por costoso.

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

- **En Francia** y Reino Unido se logró que las nuevas cadenas tuvieran mercado.

En 2005, con la multiprogramación en Reino Unido, se pasó de cinco a 28 canales de televisión abierta y en Francia de seis a 22 canales

- **En México** deberá considerarse el equilibrio que debe existir entre las empresas existentes, Televisa y TV Azteca, y las dos nuevas cadenas, pues empresas como Televisa, podrían “inundar” el mercado con mayor velocidad

