

## Información Estratégica Puntos clave debe considerar el Ifetei

Por | Juan Ibarguengoitia

### Puntos

clave debe considerar el **Ifetei** ahora que con sus decisiones está cambiando el modelo de desarrollo de las industrias de telecomunicaciones y televisión en México.

● **Primero: La cobertura nacional de televisión de paga de Televisa vía cable** es menor que la de **Telmex**.

La razón es fácil de explicar: cuando **Telmex** se privatizó, el gobierno entregó a Carlos Slim una sola concesión para que diera servicio de telefonía e internet en todo México, es una **concesión-país**. En cambio, a Televisa nunca le fue otorgada una concesión-país para que diera servicio de televisión de paga vía cable, sí la tiene para televisión de paga vía satelital con Sky. Así las cosas, Televisa siempre estará en desventaja con **Telmex** en lo que se refiere a servicios de televisión de paga en México vía cable porque simple y sencillamente no tiene cobertura nacional (concesión-país). Ha ido aumentando su cobertura comprando sistemas de cable, pero a ese paso la cobertura nacional no la alcanzará jamás.

● **Segundo: En el mismo caso de no-concesión-país** se encuentran el resto de los sistemas de televisión de paga (cable), incluyendo Megacable, excepto Total Play de Ricardo Salinas Pliego que sí tiene cobertura nacional en su concesión pero no ha conseguido aún desarrollarla al máximo (es una de las empresas beneficiadas con el plan de interconexión, aunque también requiere adicionalmente inversiones multimillonarias para que su cobertura

sea efectiva a nivel nacional; podría asociarse con otros operadores).

● **Tercero: El Plan de interconexión debe incentivar la inversión**, de no ser así México no resolverá nunca el problema cada vez más serio de la brecha tecnológica (un tercio de habitantes con internet y resto de la población marginada de las nuevas tecnologías, por lo tanto condenada al aislamiento y el rezago).

Y aquí está en el aire la pregunta: ¿deveras creen en el gobierno de Enrique Peña Nieto que las empresas privadas lograrán llevar al cien por ciento de la población los servicios de internet con capacitación incluida? A mí me queda claro que eso es una ingenuidad.

Para muestra basta ver lo que sucede hoy con la industria alimentaria en México, en la que incluyo fabricantes, súpermercados y tiendas de conveniencia: a las grandes compañías no les ha importado cuidar la dieta del mexicano, lo que se convirtió ya en un problema de emergencia nacional en el que necesariamente debe intervenir el gobierno a la voz de ya. No lo ha hecho.

● **Cuarto: Todavía está a tiempo Ifetei** de corregir un error ya cometido en las bases de licitación, que de convertirse en realidad será un error histórico: quieren otorgar a una sola persona o compañía las dos nuevas concesiones de las dos nuevas cadenas de televisión abierta a nivel nacional. Su argumento es del todo endeble: supuestamente apoyan su decisión en un estudio que dicta la sentencia, apunta que es así o no hay viabilidad con el negocio. Falso.

Si tal estudio fuera serio, simple y



Fecha <b>03.06.2014</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>2-22-23</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

sencillamente el sistema capitalista no existiría.

● **Quinto:** **Ifete** necesariamente debe encontrar el camino para estimular que exista un mayor número de canales hechos en México dentro del menú de los sistemas de televisión de paga, tanto vía cable como satelitales. Hoy no hay equilibrio, los canales extranjeros son una avalancha: Dish, por ejemplo, en su menú ofrece más de 100 canales extranjeros por 7 mexicanos (incluyendo Canal del Congreso y Judicial) ■

## Beneficiar

**con más tiempo publicitario** a los canales de televisión abierta que incluyan producciones independientes en su programación, es una fórmula que ya se utilizó en los noventa en la televisión de paga en México y no tuvo mayor repercusión: no creó ninguna sistema de producción independiente que alimentara los canales de paga. De hecho esa medida desapareció del mapa y no hubo una sola protesta.

Quizá el método resulta flojo desde el momento que se basa en una dinámica que poco anima: el gobierno regala tiempo publicitario siempre y cuando el canal abra las puertas a los productores independientes, es una ecuación pernicioso de origen. Confunde el objetivo: suena a que los productores independientes fueran un grupo de tontuelos que necesitan una ¡ayudadita! de papá-gobierno.

La figura tiene que cambiar en concepto de fondo: **Ifete** debe esti-

mular que televisoras hagan tratos serios y ambiciosos con productores independientes y viceversa ■

## No

**encuentra el cine mexicano** la brújula para que sus películas consigan al menos una taquilla mínima.

El sistema actual de las cadenas de exhibición Cinépolis y Cinemex está hecho para responder al momento a quienes desean asistir al cine. Como así es el método, pues hay que colocar en los mejores horarios (los que ya saben son de mayor asistencia, tarde y noche) a las películas que suponen más taquilleras, aunque en realidad no necesariamente lo sean. En esa lista de las posibles más taquilleras no están las mexicanas, al menos no comúnmente. Ante ese método, el cine mexicano siempre sale perdiendo.

Es decir: hoy el cine mexicano puede estar siempre en cartelera, pero fácilmente cae en los horarios de menor asistencia. Es fácil comprobar lo que digo, sólo es necesario consultar la cartelera cinematográfica.

Con el actual método de exhibición, cualquier película está expuesta a no ser vista por el público ■






## No

**podrán comercializar sus tiempos de transmisión** con publicidad las televisoras de carácter cultural.

El camino es claro ahora: sólo pueden producir con más recursos vía presupuesto gubernamental ó coproducciones. No tienen de otra ■

Fecha <b>03.06.2014</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>2-22-23</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

**RESULTADOS DE SONDEOS REALIZADOS ENTRE LECTORES DEL SEMANARIO PANTALLA DE CANAL100.COM.MX**

<p>¿Cree usted que el fútbol es en verdad diversión para el pueblo o en realidad es marketing para hacer negocio que divierte a menos aficionados de lo que se dice?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 60% El fútbol reúne dos claves, divierte al pueblo y tiene todo el marketing para que sea gran negocio.</li> <li> 35% El fútbol es marketing, ya es puro negocio. Cada vez divierte a menos.</li> <li> 5% El fútbol es la gran diversión del pueblo, no requiere marketing.</li> </ul> <p>Votación Sondeo del 30 de marzo del 2014</p>	<p>¿Si tuviera el dinero, invertiría para producir una película de suspenso/comedia para toda la familia con Brozo como protagonista?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 65% Por supuesto que sí, Brozo puede lograr gran taquilla con una película de suspenso/comedia.</li> <li> 35% Definitivamente no, Brozo no tendría éxito en el cine.</li> </ul> <p>Votación Sondeo del 12 de abril del 2014</p>
--	---

**PARTIcipe EN LOS SONDEOS VOTANDO EN CANAL100.COM.MX**