

Participan pocos tiradores, indican analistas

Desilusionan ofertas por TV

Señalan expertos que los postores finales resultan conservadores

VANIA GUERRERO

Aunque tres empresarios hicieron su apuesta para poder quedarse con las nuevas cadenas nacionales de televisión, analistas consideran que la oferta fue menor de la esperada y que no representará una alternativa en materia de pluralidad informativa.

Ayer, el Instituto Federal de Telecomunicaciones informó que Mario Vázquez Raña, presidente de Estudios Tepeyac; Olegario Vázquez Raña, presidente de Cadena Tres, y Francisco Aguirre, presidente de Grupo Radio Centro, serán los competidores para hacerles contrapeso a Televisa y TV Azteca.

Clara Luz Álvarez, ex comisionada de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), señaló que, dejando de lado el nombre de los competidores, el que haya tan pocos participantes es una mala señal.

“El diseño que aprobó el Congreso de la Unión de que

fueran cadenas nacionales orillaron a eso. Impidieron que fueran propuestas regionales y nacionales. Que sean nacionales implica fuerte inversión en poco tiempo. Tendrán que lidiar con autorizaciones, instalación de antenas, producir contenido”, apuntó.

Sin embargo, Irene Levy, presidenta de Observatel, consideró que será interesante conocer cuál es la oferta programática que tienen.

“Los tres tienen experiencia en medios. Habrá que esperar para saber si van solos o en consorcio con otra empresa nacional o extranjera que les provea de contenido. Pero también hay que estar atentos a ver si promueven la producción nacional independiente”, indicó.

Por su parte, Gabriel Sosa Platas, experto en radiodifusión, calificó de sorpresiva la llegada de estos tres grupos, a los que consideró de una línea bastante conservadora.

“Sería decepcionante que las nuevas televisoras no se convirtieran en una alternativa real de lo que ya actualmente ofrecen Televisa o TV Azteca”, dijo Sosa Platas.

De acuerdo con proyecciones hechas por el IFT, las nuevas cadenas de televisión abierta solamente alcanzarían un 50 por ciento de cobertura nacional durante su primer año de transmisiones.

“En los 2 años siguientes se expandirá hasta llegar al 90 por ciento (de cobertura); y posteriormente, para las zonas de menor densidad poblacional, el despliegue será más lento”, pronostica el regulador.

Además, en un escenario conservador, cada una de las nuevas cadenas de televisión abierta alcanzaría 8.5 por ciento del mercado a partir del cuarto año de operación.

“Iniciarán sus operaciones sin participación alguna o limitada, enfrentarán altos costos de producción o adquisición de contenido e incursionarán en un mercado con significativas barreras a la entrada y altos niveles de concentración”, previó el Instituto.

Los expertos aplaudieron que el IFT diera a conocer los nombres, pues eso hace más transparente el proceso, cuyo ganador o ganadores se definirá a más tardar el 19 de marzo.



Al aire

Para ganar la licitación de las nuevas cadenas de televisión abierta, los postores deberán cumplir con dos requisitos, cobertura y precio.

60%

de la calificación será su oferta de cobertura nacional, que debe ser mínimo de 30% del País.

40%

será la oferta económica, que debe arrancar en 830 millones de pesos por cadena.

246

canales se están ofertando, por lo que se podrían conformar 2 cadenas con 123 canales.

El contenido no juega ningún papel en la fórmula para determinar al ganador, pero podría tener un impacto en su oferta televisiva.

18%

de su tiempo total de transmisión podrían ser comerciales.

5%

más si 20% de su contenido es de producción nacional independiente.

2%

más si 20% de su contenido es de producción nacional.

Fuente: IFT y Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión