Publica Cofetel Programa de Concesionamiento de frecuencias para tv

Serán 306 frecuencias para dos canales de televisión digital en 153 poblaciones del país.

México, DF. La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) publicó hoy en el Diario Oficial de la Federación el Programa de concesionamiento de frecuencias de radiodifusión de televisión que podrán ser materia de licitación pública.

Lo anterior, luego de que el pasado 6 de junio el Pleno del órgano aprobara dicho programa concesionamiento de frecuencias para televisión abierta, que de acuerdo con lo publicado este martes, serán 306 canales en 29 estados del país.

De esta manera, cualquier interesado podrá solicitar a partir de hoy y dentro de los siguientes 30 días naturales se liciten frecuencias y coberturas geográficas adicionales o distintas de las consideradas.

El programa de concesionamiento incluye frecuencias para dos canales de transmisión de televisión digital en 153 poblaciones principales, que de acuerdo a la Cofetel, representan la cobertura necesaria para servir a 93 por ciento de la población del país.

Explica que con la licitación de estas frecuencias se busca fomentar la diversidad de contenidos, impulsar la competencia en el sector, aumentar la infraestructura de la televisión digital y promover el desarrollo de alternativas de información y entretenimiento.

Lo anterior, partiendo del hecho de que dos concesionarios concentran alrededor de 95 por ciento del total de estaciones comerciales del país, 99.3 por ciento de la publicidad y 98 por ciento de la audiencia.

La Cofetel subraya que la transición a la televisión Digital Terrestre (TDT) ofrece diversos incentivos para su aprovechamiento en beneficio del público, como son la televisión en alta definición, la multiprogramación y la televisión móvil.

Recuerda que la Política TDT establece metas para lograr la terminación escalonada de las transmisiones analógicas con avances progresivos cada año, a partir del 16 de abril de 2013, sujeto a lograr 90 por ciento de penetración de la TDT de la población que dependen de la televisión radiodifundida.

Repite que los 306 canales de televisión se han planificado en la banda de canales del 14 al 51, incluyendo la banda de los canales 38 al 51.

De esta manera, el organismo asegura que la TDT permite hacer un uso más eficiente de la capacidad espectral para aumentar la diversidad de la oferta de televisión a la población, atendiendo a las condiciones del mercado en México.

De acuerdo con la Cofetel, en el proyecto de bases de licitación podrán otorgarse concesiones de frecuencias individuales y/o agrupadas para hacer más eficiente su asignación, que significaría concesionar el mayor número posible de frecuencias disponibles bajo las mejores condiciones pro-competitivas.
En México existen 461 estaciones concesionadas de televisión abierta comercial, donde una empresa (Televisa) cuenta con 224 estaciones (poco más de 48 por ciento del total) y transmite su programación en otras 54 estaciones afiliadas (poco más de 7.0 por ciento del total).

Ante ello, la televisora tiene control sobre el contenido que se transmite a través de 56 por ciento de las concesiones de televisión abierta en México.

Por su parte, su principal competidor a nivel nacional (Televisión Azteca) cuenta con 180 estaciones, incluyendo una concesión local y una empresa afiliada (alrededor de 39 por ciento del total de concesiones).

De manera histórica, la televisión abierta en el país ha captado los mayores recursos de inversión publicitaria y tan sólo en 2010 obtuvo alrededor de 57 por ciento del total nacional, que equivale a unos 33 mil millones de pesos.

La inversión de los principales anunciantes en televisión abierta se concentra en el concesionario con mayor número de estaciones (con alrededor de 68 por ciento del total) y su principal competidor (cast31 por ciento del total). El resto se distribuye entre las pocas televisoras independientes.

En cuanto a la digitalización de la televisión terrestre, la mayoría de los países que han concluido la transición o están en proceso de implementación, han aprovechado el cambio tecnológico para cambiar la estructura del mercado.

La principal variable que permite esto es la posibilidad de transmitir, con una cantidad de espectro menor, una mayor cantidad de señales de televisión abierta.

En ese sentido, la Cofetel subraya que México puede seguir el ejemplo de la tendencia internacional y utilizar la transición a la televisión digital terrestre para aumentar la planalidad de información y contenidos, y hacer más eficiente el mercado de la publicidad.

Para ello, puntualiza, deberán sentarse las bases que permitan que el mercado pueda evolucionar a una estructura con mayor competencia, como se ha hecho con la publicación del programa de concesionamiento.