

Crecimiento continuo de mercado en México

Por Gabriel Sosa Plata

CIUDAD DE MÉXICO Por onceavo año consecutivo, se realiza en esta capital mexicana la Expo Cine, Video, Televisión, en la cual se reúnen las más importantes firmas de equipos y servicios especializados en la producción de estos medios de comunicación.

En opinión de su organizador, José Antonio Fernández, esta exposición se ha convertido en la más importante de su tipo en México y América Latina, por el número de expositores, más de 80 en esta ocasión, y los visitantes promedio, más de ocho mil personas.

Lo fundamental en la exposición, que se realizará del 17 al 20 de junio en el World Trade Center, será la convergencia, tanto en los productos, como en las conferencias especializadas que se presentarán a lo largo del evento.

CRUCE DE LÍNEAS

"Es un hecho el cruce de líneas de caminos entre el cine, el video y la televisión", dijo Fernández. "Hace 11 años el cine se hacía con un equipo muy distinto al de la televisión y el video. Hoy en día no, los equipos para trabajar en cualquiera de estos soportes se han juntado en su tecnología, la diferencia es sólo el lenguaje audiovisual".

Por ejemplo, dijo Fernández, las películas se editan en la actualidad en sistemas de edición no lineal, muy similares e incluso iguales con los que se editan videos corporativos o programas de televisión, sólo con diferencias mínimas.

Por eso, lo que hoy vemos son productores de comerciales haciendo largometrajes, y los de televisión realizando cortos. "El productor ahora tiene muchas herramientas", dijo Fernández, "gracias a equipos cada vez más sofisticados, pero al mismo tiempo más accesibles, ya que hay equipos de bajo costo con los que se pueden hacer maravillas".

De cualquier manera, los nuevos equipos "te ayudan a contar mejor las historias y que a la gente le parezca más atractiva la panta-

lla", dijo Fernández, quien en los años 80 fue gerente de producción de Imevisión, la televisión de Estado que al privatizarse pasó a manos de Televisión Azteca.

Los expositores serán en su mayoría empresas mexicanas que representan a una multitud de marcas estadounidenses, japonesas, alemanas, francesas, holandesas y españolas, como Yamaha, JVC, Sony, Focus Optics y muchas más.

También estarán empresas muy reconocidas de representación y venta de equipos, como la estadounidense B&H Photo-Video, con sede en Nueva York.

Conjuntamente participarán fabricantes mexicanos de equipos para televisión, como Fluo-Tec, especialistas en iluminación, y Turavisión, que vende, entre otros equipos, *teleprompters*.

"Ahora se está poniendo de moda dar soluciones completas y este será uno más de los atractivos de la exposición", dijo Fernández. "Muchas de estas empresas te hacen todo: instalan un foro, con su cabina, su sistema de edición y de postproducción, a diferencia de años anteriores en los que todo se hacía por partes".

Fernández dijo que es optimista sobre las condiciones del mercado. "México ha vivido años difíciles y el crecimiento económico de los últimos 11 años no ha sido parejo", dijo, "sin embargo lo afortunado es que la televisión y el video han sido un mercado en constante crecimiento".

PRIVATIZACIÓN

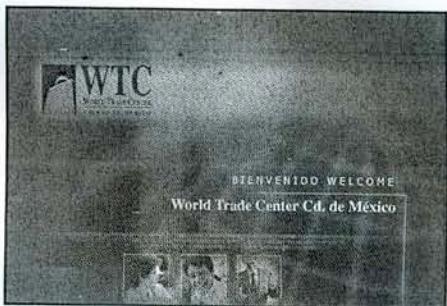
Para el especialista, la privatización de la televisión de Estado, la inversión de recursos en medios como el Canal 11 (perteneciente al Instituto Politécnico Nacional), el Canal 22 (de fines culturales, adscrito al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), y la Unidad de Televisión Educativa (de la Secretaría de Educación Pública), han incentivado el mercado de venta de equipos de televisión y video en México.

Pero también hay televisoras pequeñas, regionales, con una fuerte presencia en sus mercados, como el Canal 12 de Monterrey (de Multimedios Estrellas de Oro), Televisa

Monterrey, Televisa Guadalajara o el Sistema de Radio y Televisión de Veracruz, que han coadyuvado a que este nicho de mercado tenga un crecimiento continuo, no espectacular, pero sí constante, desde hace años.

Fernández dijo que esta situación ha hecho posible el crecimiento de compañías de representación de equipos. "Hace 11 años, estaban en la exposición compañías de un solo hombre, hoy son empresas de 20 ó 40 empleados, con ventas de millones de dólares; han crecido mucho, a pesar de la situación económica del país".

Y para incentivar aún más los mercados locales, la Expo Cine, Video, Televisión ya llegó a las otras dos ciudades importantes del país: Guadalajara, el año pasado, y



"Es un hecho el cruce de caminos entre el cine, el video y la televisión".

— José Antonio Fernández

Monterrey, en febrero de este año. En este 2003, la segunda exposición en Guadalajara se realizará el 4 y 5 de noviembre, mientras que la segunda de Monterrey el 17 y 18 de febrero de 2004.

"Lo que queremos es motivar a las empresas que se equipen, motivar esos mercados importantes del país", dijo Fernández. "Y creo que hay avances significativos, ya que hay cada vez más empresas e instituciones regionales mejor equipadas".

Finalmente, Fernández dijo que con base en las condiciones del mercado, él prevé que la televisión digital llegue a México en el año 2010. ■

Para obtener información de la Expo Cine, Video, Televisión 2003, comuníquese con José Antonio Fernández al teléfono: +52-5-528-6050. Fax: +52-5-5528-8631.

Gabriel Sosa Plata es periodista especialista en medios de comunicación que contribuye regularmente con artículos para TV Technology desde México. Puede comunicarse con el señor Sosa al teléfono: +52-81-8-1039365 o a su casilla electrónica: gsosap@yahoo.com.