

# GACETA IFT 12

---

Año II, No. 14  
Diciembre 2016  
Versión accesible  
[www.ift.org.mx](http://www.ift.org.mx)

Gaceta IFT es el órgano interno de difusión del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Es una publicación periódica. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial. Reserva de derechos ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2016-041814422500-203. Elaborado por: Instituto Federal de Telecomunicaciones, Insurgentes Sur 1143, Colonia Nochebuena, Delegación Benito Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México, Tel: (55)50154000. Certificación de licitud de título en trámite y certificación de licitud de contenido en trámite, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

El contenido de los artículos, así como sus títulos y, en su caso, fotografías y gráficos utilizados son responsabilidad exclusiva del autor, y no necesariamente reflejan el criterio editorial del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Las opiniones y juicios sobre instituciones públicas y privadas, organizaciones sociales y personajes públicos que se publican en las páginas de la Gaceta IFT también son responsabilidad exclusiva de cada autor y no implican el respaldo del Instituto.

## EDITORIAL

---

A las 20:00 horas del lunes 17 de octubre de 2016 se dio inicio a las transmisiones de la tercera cadena de televisión abierta, denominada Imagen Televisión, la cual ocupa un lugar del espectro radioeléctrico en el canal virtual de televisión abierta 3.1. Este hecho es una buena noticia por diversos motivos. Contar con una nueva cadena de televisión genera mayor competencia y brinda la posibilidad de extender la libertad de expresión y el derecho a la información para sus habitantes.

Han transcurrido tres años en los que se han manifestado resultados palpables a partir de la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Antes de los cambios constitucionales los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión requerían más competencia. Desde la integración del Pleno del IFT su trabajo se ha enfocado en cumplir con los mandatos establecidos en la reforma, como publicar en 180 días naturales las bases para licitar dos nuevas cadenas de televisión con cobertura nacional.

En marzo de 2015 se concluyó con esta licitación, que dio como resultado la puesta en marcha de la tercera cadena de televisión abierta. Los beneficios que esto tiene se traducirán en una mayor oferta de contenidos, así como para sentar las bases necesarias en futuros procesos de otorgamiento de concesiones que brindarán al sector mayor competencia.

En esta edición contamos con la participación de José Ángel Gurría, Secretario General de la OCDE, quien realiza un conciso análisis sobre el estado de las telecomunicaciones en México y además nos invita a consultar la publicación “Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe: Un manual para la economía digital”. Sobre la licitación de la tercera cadena de televisión contamos con la participación de tres integrantes del Consejo Consultivo del IFT: Clara Luz Álvarez y

Enriqueta Cabrera Cuarón, quienes, desde la óptica y ángulo que caracteriza su quehacer profesional, abordaron el reto que representó el que hoy esté al aire Imagen Televisión. El tercer integrante que participó fue Luis Miguel Martínez Cervantes, quien colaboró con un interesante estudio sobre las actividades comunicativas del IFT, el cual desarrolló como parte de las actividades del Laboratorio de Medios Digitales de la Universidad Iberoamericana, Campus Ciudad de México. Asimismo, contamos con la colaboración de un respetado crítico de televisión, Álvaro Cueva, quien con su característico estilo nos comparte su opinión acerca de la tercera cadena de televisión.

Compartimos con nuestros lectores un nuevo número que deseamos proporcione los elementos necesarios y suficientes para comprender la importancia de la evolución de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México.

## 1 TELECOMUNICACIONES Y COMPETENCIA EN MÉXICO: DE LA REFORMA A LA IMPLEMENTACIÓN

---

José Ángel Gurría, Secretario General de la OCDE

Es bien sabido que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) contribuyen significativamente a la competitividad y bienestar de los países. Las TIC son clave para impulsar el crecimiento global, en tanto que afectan directamente a la productividad en la mayoría de sectores, permiten la diseminación de la innovación tecnológica entre todo tipo de empresas y de todos los tamaños, y son además una poderosa herramienta para la inclusión social.

Internet, y la constelación de tecnologías que lo rodean, es la herramienta más inclusiva que hemos visto nunca. Gracias al drástico descenso en los precios, Internet se ha propagado hasta casi el 44% de los hogares en la OCDE hasta 2003, tan sólo una década después de volverse comercial. Posteriormente, presenciamos en la sucesiva década un fuerte aumento en la penetración de las suscripciones de banda ancha, que entre los países promedió un 90.3% —más de 9 suscriptores por 10 habitantes— hasta diciembre de 2015.

Sin embargo, el 50% de la población en América Latina y el Caribe aún no está conectada a Internet, y sólo un 10% de individuos en la región está suscrito a servicios de banda ancha fija, siendo una situación que varía entre los diferentes países, y al interior de estos, entre niveles de ingreso, o entre áreas rurales o urbanas.

En este contexto, en la reunión ministerial de la OCDE celebrada en Cancún en junio de 2016, me fue grato anunciar el lanzamiento de la publicación **Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe: Un manual para la economía digital**<sup>1</sup>. Esta iniciativa conjunta del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la OCDE busca alentar la expansión de las redes y servicios de banda ancha en la región, maximizando los beneficios para el desarrollo económico y social. Con base en la gran experiencia de los países de ALC y la OCDE, el Manual recoge los principales

---

<sup>1</sup> <http://www.oecd.org/internet/broadband/lac-digital-toolkit/es/>

objetivos de política en esta área y proporciona una guía para su medición, una panorámica de los distintos acontecimientos en la región, y una recopilación de buenas prácticas en varias áreas relacionadas con el diseño de políticas de banda ancha.

Un aspecto clave en el Manual, y en revisiones recientes del mercado de las telecomunicaciones en Colombia y México, es que resulta imperativo promover la competencia entre los proveedores de telecomunicaciones, en tanto que ello permite a los consumidores acceder a una gama más amplia de productos, de mejor calidad, y a precios más accesibles.

Hace cuatro años, un informe de la OCDE subrayaba las oportunidades que México estaba perdiendo al quedar al margen de la transformación productiva impulsada por la innovación en las TIC; y de establecer un marco institucional, legal y regulatorio adecuado para promover una competencia efectiva en el sector de las telecomunicaciones.

El Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México proponía varias recomendaciones que sirvieron de insumo a la reforma constitucional con el mandato de la transformación del marco regulatorio, no sólo para las telecomunicaciones sino también para la radiodifusión. Esta reforma además reconfiguró el diseño institucional y la estrategia de la política de competencia para ambos sectores —como es evidente en la misión, dirección estratégica y diseño institucional del Instituto Federal de Telecomunicaciones—.

Estoy por lo tanto muy complacido de que el IFT y la SCT hayan invitado a la OCDE a llevar a cabo una revisión de la implementación de las reformas introducidas hasta la fecha. Ello asegurará que México use efectivamente estas reformas para mantener el impulso de un cambio estructural generalizado que transforme su economía y permita alcanzar un crecimiento más incluyente. La OCDE está lista para actualizar su análisis de los ámbitos regulatorio y de política pública, comenzando este mes, para permitir una revisión entre pares por países miembros en 2017.

## Semblanza

José Ángel Gurría es Secretario General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Nació el 8 de mayo de 1950 en Tampico, Tamaulipas, México. Llegó a la OCDE tras una destacada carrera en el servicio público mexicano, incluyendo dos cargos ministeriales. Fue Secretario de Relaciones Exteriores de México desde diciembre de 1994 hasta enero de 1998. Fue Secretario de Hacienda y Crédito Público desde enero de 1988 hasta diciembre de 2000. Como Secretario General de la OCDE, desde junio de 2006, José Ángel Gurría ha reforzado el rol de esta organización como centro global para el diálogo y el debate sobre políticas económicas, llevando a cabo al mismo tiempo un proceso interno de reforma y modernización.

## 2 NUEVA CADENA DE TELEVISIÓN: EL CAMINO RECORRIDO Y LA VISIÓN DE FUTURO

---

Enriqueta Cabrera, integrante del Consejo Consultivo del IFT

Como resultado de la primera licitación que realizó el Instituto Federal de Telecomunicaciones, que concluyó en marzo de 2015, hoy está al aire la tercera cadena de televisión abierta. Imagen Televisión, de Olegario Vázquez Raña y Olegario Vázquez Aldir, inició transmisiones el pasado 17 de octubre con 38 retransmisoras, cuya señal llega a 60 ciudades caracterizadas por su elevada concentración de población, entre las que destacan la Ciudad de México y todas las capitales de las 31 entidades federativas restantes, con excepción de Chilpancingo, Chetumal, Tepic, Tijuana y La Paz.

Al serle otorgada la concesión a Imagen Televisión esta cumplió con los primeros compromisos adquiridos. La nueva señal puede ser vista por 70 millones de mexicanos. El IFT le otorgó su título de concesión el 11 de marzo de 2015 como resultado de la licitación en la que acreditó que tenía los recursos económicos y técnicos para realizar la cobertura requerida. La licitación estableció que en los tres primeros años esta televisora debería alcanzar una cobertura de una tercera parte de la población nacional para operar la concesión con 123 frecuencias por un plazo de 20 años prorrogables. En ese sentido para el año de 2020 su señal deberá llegar a 106 millones de mexicanos.

El más importante logro de Imagen Televisión, hasta ahora, es estar al aire como la tercera cadena. El nombre de CadenaTres se cambió por el de Imagen Televisión y, desde que se le otorgó la concesión, transcurrió un año y ocho meses durante los cuales construyó y adquirió la infraestructura de transmisión, y el equipo y estudios necesarios, que le ha hecho posible estar al aire con señal de televisión radiodifundida digital. Mirar el camino recorrido ilustra los avances logrados y lo que falta por recorrer.

La construcción de la infraestructura de transmisión inició con la definición de los sitios en que debían instalarse las repetidoras de la señal y continuó con la negociación con los propietarios de los sitios para firmar contratos. En algunos casos Imagen Televisión negoció con televisoras públicas convenios para utilizar infraestructura ya instalada, entre la que destacarían torres de transmisión. Ingenieros y técnicos en radiodifusión y telecomunicaciones condujeron los trabajos de Imagen Televisión como la instalación de antenas, equipos de transmisión, contratación de operadores y realización de pruebas, para finalmente encender la señal digital abierta en el canal 3.1. En virtud del “Must Carry, Must Offer”, que establece la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, también se puede ver la señal de Imagen Televisión a través de operadores como Sky, izzi, Dish y otras.

El camino recorrido para estar en condiciones de encender esta señal para 70 millones de personas es algo que el televidente no ve antes de recibirla y tener una nueva opción. Se requirió del trabajo de mucha gente, de muchos técnicos y profesionales para estar al aire.

El objetivo para tener una nueva cadena es ampliar la diversidad de géneros y contenidos televisivos. Hoy hay un nuevo competidor que permite esperar nuevos programas para audiencias

diversas y plurales. En los últimos 23 años no hubo en México ningún nuevo concesionario desde que Televisión Azteca adquirió los canales 7 y 13 que pertenecieron a la televisión pública Imevisión, la cual fue privatizada. Imagen Televisión se puede sintonizar en el canal digital 3.1, y contará también con los canales digitales 3.2, 3.3 y 3.4. Este último canal virtual transmitirá los contenidos de Excélsior Televisión en el Valle de México. Posteriormente, esta televisora habrá de definir y construir la programación para los otros dos nuevos canales, abordando así el reto de la multiprogramación.

Nace así una nueva cadena nacional, digital, abierta. Imagen Televisión forma parte del conglomerado mediático Grupo Imagen Multimedia, al que también pertenecen el diario Excélsior, Excélsior Televisión e Imagen Radio. Asimismo, se apoyó en la experiencia de Excélsior Televisión. Para Imagen Televisión salir al aire con señal abierta es también un compromiso con plazos fijos a nivel nacional con la finalidad de cumplir con objetivos de la concesión a 20 años.

Grupo Imagen Multimedia construyó en la Avenida Universidad de la Ciudad de México el edificio donde hoy se ubican Imagen Televisión, Imagen Radio y el Periódico Excélsior, el primer conglomerado en México que tiene prensa, radio y televisión. Las nuevas instalaciones cuentan con seis grandes foros y escenografías construidas con nuevas tecnologías, que facilitan los movimientos de cámara y los cambios de imágenes. Además, cuentan con escenarios reales o virtuales, un sistema de transmisión de casi última generación con equipos HD, porque en poco tiempo se impondrá la tecnología de producción y transmisión de señales en resolución 4K. La revolución tecnológica televisiva en el mundo avanza a una velocidad jamás imaginada y nunca vista. Países como la República Popular de China o Corea del Sur están ya utilizando tecnologías 4K. En el mismo sentido Japón planea transmitir los Juegos Olímpicos del año 2020 en resolución 8K.

En materia de inversión el esfuerzo ha sido grande. La inversión total proyectada para los primeros tres años en Imagen Televisión asciende a alrededor de 10 mil millones de pesos, lo cual habla también de la decisión de utilizar la mejor tecnología para hacer una televisión de calidad. Alrededor del 40% de la inversión se destinará a contenidos, por lo que el siguiente reto para Imagen Televisión se llama diversificación y creación de audiencia. Además, ha dado los primeros pasos para construir su identidad, y así poder ofrecer a las audiencias una nueva oferta de contenidos en una competencia constructiva y creativa con las otras televisoras comerciales.

La televisión abierta tiene una enorme importancia, porque según la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales, elaborada por el IFT, el 56 por ciento de los televidentes consultados la ven de manera gratuita, incluso por cable. Según la misma encuesta, el 56 por ciento de los televidentes ven noticiarios y el 47 por ciento telenovelas. Imagen Televisión inició transmisiones precisamente con teleseries y tres noticiarios. A pesar de todos los medios alternativos de información en Internet, puede advertirse que se mantendrán las audiencias que se informan a través de la televisión abierta.

De aquí en adelante el reto se llama contenidos y creación de audiencias. Imagen Televisión ya ha comenzado a enfrentarlo con apenas algo más de un mes y un pequeño trecho del camino que habrá de abrir en materia de contenidos televisivos. Por ahora los puntos fuertes de la barra programática son los noticiarios y las teleseries. El noticiario estelar nocturno, el de mayor audiencia, lo conduce el experimentado conductor Ciro Gómez Leyva. La barra de noticias

matutina está a cargo de Francisco Zea y Yuriria Sierra. Cada uno de ellos tiene objetivos particulares según las audiencias. Zea afirma que busca dar información completa, rápida y puntual, además de contar historias sobre la gente, que otros no consideran importante. Yuriria Sierra busca acercar el noticiario a las redes sociales con el afán de vincularse a otras generaciones de televidentes. Ciro Gómez Leyva, con su particular estilo, aborda la información del día y los acontecimientos más polémicos junto con David Páramo, en el terreno de la economía, y con Javier Alarcón en la sección deportiva.

En la nueva cadena se presentan algunas teleseries adquiridas en el extranjero y otras producidas por Argos Comunicación de Epigmenio Ibarra, que en canal 13 de Televisión Azteca le diera a las teleseries nuevos e innovadores enfoques, lo mismo que en el canal CadenaTres. De igual manera transmiten “Qué importa”, un programa que pretende hacer reír, que se transmite después del noticiario, pero que por ahora más que risa provoca estupefacción. Los fines de semana transmiten deportes. Los domingos la programación incluye algunas caricaturas “retro” de los años setenta, que los papás gustan de ver con los niños y que tienen su encanto. Otra novedad son los deportes con emisiones como “Adrenalina”, conducido por Javier Alarcón que pasó tantos años en Televisa y que intenta dar un nuevo sello al enfoque de Imagen Televisión. Por las mañanas, después del noticiario, se transmite una barra llamada “Saliendo el sol”, que tiene una duración de cuatro horas, la cual es una especie de revista con temas múltiples, conducida por jóvenes, y con una cierta ligereza y gran variedad de contenidos.

Llenar la pantalla durante 24 horas es una tarea compleja. Imagen Televisión también se ha planteado el objetivo de interactuar en redes sociales y que sus contenidos estén presentes en Internet, consciente de que ahora los jóvenes ya no se sientan a mirar el televisor, sino que cada vez más construyen su propia programación a través de la oferta en Internet.

El centro de la competencia entre las televisoras se llama “calidad, contenidos y diversidad de géneros”. Se requiere innovación y creatividad para atender a las distintas audiencias que siguen en la televisión abierta, así como para vincularse con los jóvenes, quienes construyen su propia programación en la multipantalla y con los contenidos que encuentran en plataformas como YouTube o iTunes, y de esa manera consumir una televisión interactiva. La nueva cadena, seguramente, dará espacio al cine y a las series, formato al cual se ha volcado la industria cinematográfica.

Imagen Televisión podrá contribuir a ampliar la responsabilidad social que tiene la televisión abierta, que llega a los hogares de millones de mexicanos y así contribuir a fortalecer identidades en la diversidad, a construir ciudadanía, así como fortalecer cultura, ciencia y civilidad. Igualmente, podrá abrir espacios al pensamiento y a la sensibilidad artística, al ser, como lo pretende, una señal creativa, nueva y libre para la diversidad del mosaico que conforman las audiencias.

Imagen Televisión está al aire y caminando.

## Semblanza

Enriqueta Cabrera es Periodista, escritora y Antropóloga Social. Actualmente, es integrante del Consejo Consultivo del IFT. Ha sido Directora de Canal Once, Directora General del periódico “El

Nacional”, Subdirectora del periódico “El Día” y Directora del suplemento cultural “El Gallo Ilustrado”. Cónsul General en París y en Mónaco. Analista de temas internacionales en prensa escrita, radio y televisión. Creadora y conductora de “Palabra Escrita.” Ha publicado más de 3 mil textos en prensa escrita (entrevistas, artículos, columnas, reportajes, editoriales, crónicas, periodismo de investigación, etc.) Entre sus libros destacan “Desafíos de la Migración” y “Las Gobernadoras, retrato del poder femenino.”

### 3 NUEVA CADENA DE TV. NUEVOS RETOS

---

Clara Luz Álvarez, integrante del Consejo Consultivo del IFT

Por mandato constitucional el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ordenó realizar la licitación de hasta dos nuevas cadenas nacionales de televisión, proceso que concluyó en marzo de 2015 con la entrega de la concesión a Cadena Tres I, S.A. de C.V. Esta salió al aire el 17 de octubre de 2017 como Imagen TV y con el slogan “Juntos somos libres”. ¿Qué retos enfrenta esta nueva cadena de televisión abierta?

1. Servicio público y negocio. La televisión abierta es un servicio público con una función social que tiene una gran relevancia para los mexicanos. El ser un servicio público no debe interpretarse como contrario a la generación legítima de ganancias para los accionistas del concesionario de televisión. Por el contrario, la nueva cadena tiene el reto de demostrar que el atender debidamente y con altos estándares éticos a sus audiencias, dar trato justo a sus anunciantes y abrir espacios a producciones independientes puede ser también rentable.

2. ¿El ocaso de la televisión abierta? Si bien la inmensa mayoría de los hogares cuentan con al menos un televisor, eso no garantiza una audiencia para la nueva cadena ni para los demás concesionarios de televisión. Esto porque con los avances tecnológicos las personas acceden a través de múltiples dispositivos (p. ej. tabletas, celulares, laptops) a una diversidad de contenidos audiovisuales (p. ej. programas, noticieros, series, documentales, videos) que pueden ser gratuitos o de pago.

El mercado de la TV abierta cuenta con dos aristas: por un lado están las audiencias que no pagan por el servicio y en el otro lado están los anunciantes que pagan por incluir publicidad dentro de las transmisiones. El tamaño de las audiencias tiene incidencia en el precio de la publicidad, el cual sirve precisamente para financiar a las estaciones de radiodifusión.

La televisión abierta no está en sus últimos días, pero el imperio del cual gozó por muchas décadas está llegando a su fin por la falta de otros canales de acceso a contenidos. De esta manera, los radiodifusores –y muy particularmente la nueva cadena– enfrentan el reto de atraer y conservar a sus audiencias sin importar la manera en que éstas acceden a sus contenidos audiovisuales. Esto hará que sus anunciantes estén dispuestos a pagar por la publicidad, porque no sólo será vista y escuchada por medio de la televisión abierta, sino que sus posibilidades irán también a otras plataformas como la televisión restringida (p. ej. televisión por cable o vía satélite) y vía Internet.

En el sitio web de Imagen Televisión cualquier persona puede acceder a los contenidos del canal 3.1 que se están transmitiendo en vivo, o bien, los contenidos que ya fueron emitidos. En este sentido, no debe sorprender que la nueva cadena busque distribuir contenidos por medio de servicios como Claro Video, Netflix, Blim, Hulu, entre otros.

3. Audiencias. Los televidentes y radioescuchas históricamente habían estado relegados en México, además de que carecían de alternativas para acceder a entretenimiento, noticias y mesas de diálogo. Sin embargo, las audiencias son la razón misma de la existencia de los radiodifusores y una de las justificaciones para la creación del IFT, quien tiene el deber de que la televisión y radio abierta cumplan con las finalidades del artículo 6 de la Constitución, dentro de las cuales están el que la radiodifusión brinde pluralidad; acceso a la cultura y a la veracidad de la información; fomenta los valores de la identidad nacional como el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y a la solidaridad internacional en la independencia y justicia; contribuya a luchar contra la ignorancia, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios; así como promueva el respeto a la diversidad cultural.

El reto para la nueva cadena es innovar en beneficio de sus audiencias. Debe establecer en la prédica y en la práctica que las audiencias son su razón de ser. Debe observar altos estándares éticos que necesariamente incluyen el respeto a las audiencias, el deber de presentar diferentes puntos de vista de los hechos en lugar de buscar adoctrinar o dar únicamente la visión con la que coincida el medio de comunicación. La dignidad de las personas obliga a la nueva cadena a proveer información imparcial y plural con la finalidad de que cada persona pueda recibirla y formarse su opinión de manera libre e informada.

Por lo anterior ante la decisión de si conservar a un anunciante o difundir una información que pueda afectar a éste, el compromiso con la verdad y la audiencia obliga a que la nueva cadena privilegie a la audiencia.

Los mexicanos estamos deseosos de radiodifusores que confrontan puntos de vista diferentes, que no se someten a las decisiones del poder político ni del económico. Y aunque el camino fácil es hacer *business as usual*, la nueva cadena puede ser el ejemplo de que sí puede haber televisión de calidad que respeta la dignidad e inteligencia de sus audiencias.

4. Multiprogramación y producción independiente. La multiprogramación hace posible que la nueva cadena con el espectro radioeléctrico recibido pueda difundir simultáneamente tres señales (canales) distintas. Esto es una oportunidad y un reto al mismo tiempo.

Imagen Televisión al iniciar sus transmisiones señaló que buscaba ser un medio horizontal, lo que entrañaría que, en lugar de que las decisiones y opiniones sean únicamente de la cúpula del concesionario y grupos de poder, se pudiera escuchar otras voces silenciadas por muchas cuestiones, como el limitado tiempo al aire de la televisión. De ahí que una oportunidad para la nueva cadena es aprovechar esos canales multiprogramados para abrir espacios a la manifestación libre de ideas y proyectos por parte de la ciudadanía, de las instituciones de educación superior, de las instituciones de beneficencia, así como de otros grupos sociales.

Otra oportunidad sería conceder algún canal multiprogramado a productores independientes, lo cual lleva aparejado un reto significativo para la nueva cadena por el riesgo de que pudiera estar generándose competencia directa a su propia audiencia.



5. Publicidad. La publicidad es la fuente de financiamiento de las estaciones de radiodifusión. Al pertenecer Imagen Televisión a un importante grupo empresarial, el reto que tiene es ser imparcial y no discriminar respecto a la publicidad en beneficio de las empresas de su corporativo; es decir, Imagen Televisión debe dar trato igual en tiempo, precios y oportunidad a cualquiera que busque anunciarse en el canal 3.1 respecto de las condiciones que da a sus filiales y controladoras. En este sentido, la transparencia será importante para confirmar su respeto a las disposiciones normativas en la materia y a la ética en la conducción de su negocio.

## Semblanza

Clara Luz Álvarez es integrante del Sistema Nacional de Investigadores (nivel 2) e investigadora de la Universidad Panamericana. Recibió el Premio Nacional de Periodismo por divulgación de la cultura democrática por la conducción del programa Código Democracia del Canal del Congreso (2014). Es autora de los libros Derecho de las Telecomunicaciones, (3ª ed. 2014) e Internet y Derechos Fundamentales (2011), coordinadora del libro Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (2012), así como de diversos capítulos en libros y ensayos en revistas arbitradas. Fue relatora de la Unión Internacional de Telecomunicaciones de accesibilidad a las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) por personas con discapacidad (2006-2011), Comisionada de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (2003-2006) y titular del Área General de Asuntos Jurídicos de dicha Comisión (2003-2005). Doctora en Derecho con mención honorífica (Universidad Panamericana), maestra en Derecho Comparado (New York University), maestra en Ciencias Jurídicas (Universidad Panamericana) y licenciada en Derecho donde obtuvo mención honorífica y el promedio más alto de la Escuela de Ciencias Sociales (Universidad de las Américas-Puebla).

## 4 LA NUEVA TELEVISIÓN MEXICANA

---

Álvaro Cueva, crítico de televisión

En este país todo el mundo se queja de la televisión, de sus programas.

¿Por qué? Porque es divertido, relajante.

Además, la televisión nunca se defiende. Se pone de pechito. Hay que pegarle. Hay que acabar con ella.

¿Por dónde comenzamos? ¿Por los noticiarios, las telenovelas o los programa deportivos? ¿Por los periodistas, las actrices o por los conductores?

Yo solamente le pido un favor: la próxima vez que hable mal de la tele, reflexione sobre los orígenes de todo ese odio.

¿No será que nos llevamos tan mal con este medio porque muestra lo mejor, pero también lo peor de nosotros?

¿No será que estamos molestos, resentidos, porque durante años tuvimos muy pocas opciones para divertirnos, informarnos y formarnos a través de él?

Bueno, pues le tengo una excelente noticia: todo este esquema acaba de cambiar.

Los mexicanos de hoy somos profundamente afortunados, estamos viviendo la más grande revolución audiovisual de todos los tiempos.

Y es que, por un lado, ahora tenemos una nueva cadena de televisión abierta privada nacional.

Pero, por el otro, tenemos todo el asunto de la multiprogramación, del reacomodo de frecuencias y más, mucho más.

¿Cuál era la gran queja mediática de todos los hombres y mujeres de este país? Que los únicos competidores que existían en el mercado de la televisión abierta privada nacional eran Televisa y TV Azteca.

Le guste a quien le guste o le moleste a quien le moleste, la oferta de ambas empresas acabó por parecerse. Necesitábamos algo nuevo.

¿Y qué fue lo que sucedió? Que nació Imagen Televisión.

¿Sabe usted el privilegio histórico que significa vivir esto? Es increíble. Es maravilloso.

Una nueva cadena de televisión abierta nacional, nada más una, significan más y mejores contenidos, más y mejores oportunidades de trabajo para cientos, para miles, de personas en todo México.

Y, lo más importante, una nueva cadena de televisión abierta nacional significa competencia.

Cualquier producto que sea transmitido por Imagen Televisión va a provocar algo en las frecuencias de Televisa y TV Azteca, algo que las va a obligar a moverse, a salirse de su zona de confort.

De repente alguna de esta cadena le ganará a las otras dando una noticia.

De repente, alguna otra ganará con sus telenovelas, con sus partidos de futbol o con sus caricaturas.

Nadie es perfecto, pero de eso se trata, de romper esquemas, de que cada vez le pueda ir mejor a más empresas, de que podamos elegir entre más y mejores contenidos, entre más y mejores personalidades.

Y esto es sólo en lo referente a la nueva cadena nacional.

¿Qué me dice de la multiprogramación?

Donde antes había un canal abierto, hoy tenemos muchos.

¿A usted no le fascina, por ejemplo, que gracias a esta aportación ahora podamos gozar de señales como la de Once Niños o como la de lo que yo llamo “el segundo Canal 22”?

Sí, el canal 22.2 con su propia programación, con sus propias propuestas.

Es una noticia francamente maravillosa, casi tanto como tener un canal Azteca 13 menos una hora u otro canal Azteca 13 menos dos.

¡Cuándo íbamos a imaginar algo así hace cinco años, hace 10! ¡Cuándo!

¡Cuándo íbamos a imaginar algo así sin tener que pagar una suscripción mensual!

En este momento hay tantos canales abiertos que ya nadie puede decir que no hay nada que ver en la tele.

Si usted está harto de las series y tiene ganas de ver un programa cultural, lo va a encontrar.

Si usted está cansado de ver siempre a la misma gente en los mismos proyectos, basta con que agarre su control remoto para que encuentre a otras personas en otra clase de conceptos.

Por si esto no fuera suficiente, la calidad de imagen y de sonido de la nueva televisión mexicana es impecable.

Jamás nuestra televisión se había visto tan bonita. Jamás se había escuchado tan bien.

Yo, que todavía alcancé a conocer los primeros televisores blanco y negro, ésos que funcionaban con bulbos, no puedo creer el prodigio de televisión que tengo enfrente.

Hay canales de todo para todos, en todos los horarios y, lo más admirable, en todos los rincones de México y no solamente en una o dos ciudades.

Pero espérese, no le he dicho lo mejor: con el reacomodo de frecuencias, los mexicanos podemos disfrutar todavía más de nuestra tele.

Se lo voy a explicar con una sola frase: ahora todos los canales están en igualdad de circunstancias.

Antes, por diferentes razones técnicas, no había manera de salir de las mismas televisoras de toda la vida.

En consecuencia uno como usuario difícilmente llega a las otras.

Ahora, con el reacomodo, tan importante es, por darle un dato, el canal 1.2 como el 14.1. ¿Así o más democrático?

Esto es particularmente importante para los canales inteligentes, para los públicos, los universitarios.

En otros momentos de nuestra historia nadie se hubiera atrevido a imaginar, por ejemplo, que TV UNAM pudiera tener el mismo peso que Las Estrellas o Azteca 7.

Hoy todos “pesan” lo mismo, “valen” lo mismo. Están tan cerca o tan lejos de su pantalla como usted decida, como usted quiera.

Y lo más bonito es que, gracias a esta medida, millones de mexicanos se va a poder dar el lujo de conocer frecuencias que ni siquiera sabía que existían.

Es en serio, como no todos los canales tienen tantos años en el mercado o no gozan de un buen presupuesto para hacerse publicidad, no todos son tan famosos, tan conocidos.

Ahora, gracias al reacomodo, algunos de ellos se van a convertir en nuestras nuevas señales favoritas.

Mire, se lo voy a decir tal cual: yo, que tengo más de 29 años dedicándome a la crítica profesional de televisión, jamás me había sentido tan pleno, jamás había tenido una televisión abierta tan rica, tan abundante.

Lo tenemos todo: análisis político, contenidos juveniles, temas de salud, producciones de vanguardia. Lo mejor de México. Lo mejor del mundo. ¡Lo que quiera!

No se deje llevar por el pesimismo de unos cuantos, reconozca este grandísimo cambio y sáquele provecho.

¿Cómo? Atreviéndose a utilizar su control remoto, reprogramando sus canales, conociendo las nuevas frecuencias, ubicando qué pasa en qué señal a qué hora y compartiendo esta información con su familia, sus amigos y sus redes sociales.

Es como si la industria de la televisión mexicana hubiera vuelto a nacer, un honor que no tuvieron ni nuestros padres ni nuestros abuelos y que debemos apreciar, presumir.

Son tantos los errores mediáticos que se van a poder corregir con esta revolución, van a ser tantas las audiencias que se van a repartir en tantos canales, que el futuro de este importantísimo medio de comunicación pinta fabuloso.

Obviamente nuestras televisoras van a tener mucho trabajo inventando conceptos que llamen nuestra atención y que nos convenzan.

Me queda claro que se van a enfrentar, que van a batallar. Pero eso las va a ayudar a ser más creativas, más exitosas.

¿Se da cuenta de lo bien que se va a poner esto, de todo lo que vamos a poder disfrutar en los próximos años?

Ya no se queje de la televisión. Gócela. Descúbrala. Domínela. En la medida en que lo haga, a todos nos va a ir mejor.

En la medida en que lo haga, esos señores que antes tenían el poder, que antes sólo nos daban pan con lo mismo, nos van a dar alternativas, nos van a dar calidad.

Me encanta vivir lo que estoy viviendo. Me encanta ver lo que estoy viendo. ¿A usted no?

## Semblanza

Álvaro Cueva es el crítico de televisión más visto, escuchado, leído y respetado de México.

Se le puede ver en diferentes canales de televisión y leer en varios periódicos y revistas.

Sus comentarios influyen profundamente en todo tipo de producciones locales y globales, se citan en diversos medios y han servido de fuente para estudios universitarios.

Egresado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ha publicado más de 6 mil artículos en más de 30 publicaciones desde 1987, ha escrito varios libros y guiones, ha tenido su propia revista y ha dado cursos y conferencias a nivel nacional e internacional.

Pionero en el manejo de páginas de Internet, Álvaro Cueva mueve mucho a las redes sociales, ha sido jurado de importantes festivales de televisión y ha conducido diferentes programas de radio.

Álvaro Cueva ha extendido su cobertura periodística de los medios de comunicación y de los espectáculos al análisis político y social. Hoy es uno de los líderes de opinión e “influencers” más populares de México.

## 5 A TRES AÑOS DE LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES: ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

---

Luis Miguel Martínez Cervantes, integrante del Consejo Consultivo del IFT

El principal objetivo de la Reforma en materia de Telecomunicaciones consiste en realizar diferentes cambios impulsados por los poderes Ejecutivo y Legislativo para establecer los fundamentos constitucionales y legales con el fin de crear una nueva arquitectura jurídica, institucional, regulatoria y de competencia en el sector de las telecomunicaciones y de la radiodifusión. Esta reforma se basa en los principios de efectividad, certidumbre jurídica, promoción de la competencia, regulación eficiente, inclusión social digital, independencia, transparencia y rendición de cuentas.

El 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones y competencia económica. De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2016), “La reforma tuvo como propósito principal beneficiar a todos los mexicanos, por eso consideró dentro de sus principales objetivos permitir el acceso de la población a las tecnologías de la información y la comunicación, incluida la banda ancha, así como establecer condiciones de competencia y libre concurrencia en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, para que, de esta manera, un mayor número de usuarios accediera a dichos servicios en mejores términos de calidad y precio”. La Reforma en materia de Telecomunicaciones busca realizar cambios para establecer “los fundamentos constitucionales y legales para crear una nueva arquitectura jurídica, institucional, regulatoria y de competencia en el sector de las telecomunicaciones y de la radiodifusión”.

Considerando el sustento que la propia legislación da a la Reforma en Telecomunicaciones, el propio Instituto Federal de Telecomunicaciones relata, a través de su portal en Internet (IFT, 2016), que los beneficios que se han obtenido de esta reforma son:

Creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones,

Contar con servicios públicos de interés general,

Claridad en los derechos de los usuarios y los mecanismos para su protección,  
Derechos de las audiencias,  
Must Carry – Must Offer para garantizar el acceso a la televisión abierta,  
Las nuevas cadenas de televisión,  
Medidas de la preponderancia, y  
No suspensión de actos del IFT.

Así, en la perspectiva del usuario, esta reforma ha tenido diversos impactos que se perciben a través de los medios de comunicación.

### **Las lecciones de la Reforma en Telecomunicaciones vistas a través de los medios de comunicación**

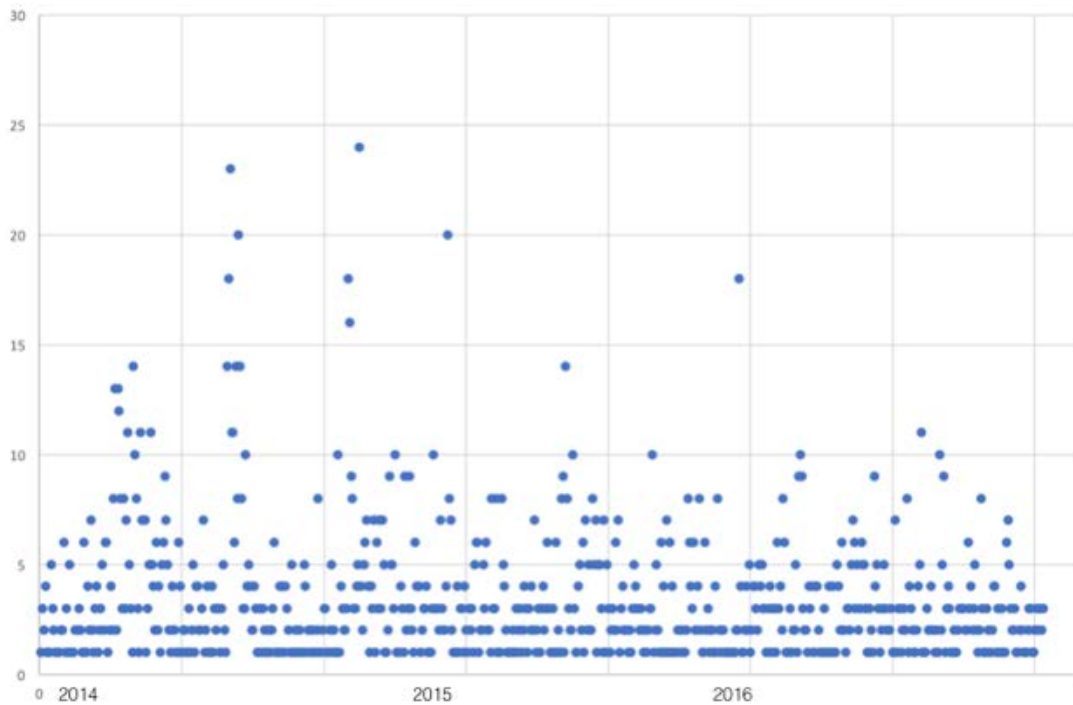
En la perspectiva del usuario o consumidor la Reforma en materia de Telecomunicaciones ha tenido diversos impactos que se perciben a través de los medios de comunicación masivos, tales como la radio, la televisión o la prensa escrita. La herramienta metodológica más útil para analizar el contenido de los espacios noticiosos en medios de comunicación respecto a un tema es el llamado análisis del contenido (Krippendorf, 2004). Para realizar el análisis se identifican los actores, medios y mensajes. Esto permite construir un panorama cuantitativo y cualitativo para realizar inferencias sobre la percepción de uno u otro tema.

Mediante las metodologías desarrolladas en el Laboratorio de Medios Digitales de la Universidad Iberoamericana (Martinez, 2012), se analizaron 2,382 notas publicadas en la prensa escrita nacional entre el 12 de diciembre de 2013 y el 30 de noviembre de 2016, donde se menciona al Instituto Federal de Telecomunicaciones. Si bien esta muestra es limitada a un tipo de medio, es sabido que los otros dos medios masivos de comunicación, la televisión y la radio suelen seguir un comportamiento similar a la prensa, y el objetivo de este artículo no es el análisis detallado del contenido. De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 1, encontramos que los medios que más notas han publicado sobre las actividades del IFT son El Universal, Excélsior y El Economista, lo cual muestra la diversidad de audiencias que tienen dichas actividades.

**Tabla 1.** Cobertura en prensa mexicana sobre el IFT.

Medio informativo	Número de notas publicadas
El Universal	449
Excélsior	386
El Economista	360
Reforma	260
El Financiero	245
El Sol de México	207
La Razón de México	93
Capital de México	76
24 Horas	62
La Crónica de Hoy	47
Milenio Diario	38
El Punto Crítico	29
Ovaciones	24
Reporte Índigo. Cinco Días	16
La Jornada	14
La Prensa	14
Edomex El Día	13
Diario Imagen	9
Impacto Diario	7
Rumbo de México	7
Uno más Uno	7
Diario de México	6
Publimetro	6
Metro	3
El País	1
Metro Del Valle de México	1
Universal Gráfico	1

La siguiente gráfica muestra el comportamiento noticioso (de la muestra) durante el periodo reportado. De forma tal que es posible identificar tres momentos que han sido cubiertos por la prensa nacional de forma extraordinaria. Estos momentos se refieren a la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la portabilidad numérica y el anuncio de la Red troncal Compartida. Como referencia la Tabla 2 muestra algunas fechas en las que se han publicado el mayor número de notas donde se menciona al Instituto Federal de Telecomunicaciones.



**Figura 1.** Volumen noticioso (notas) respecto al IFT en prensa mexicana.

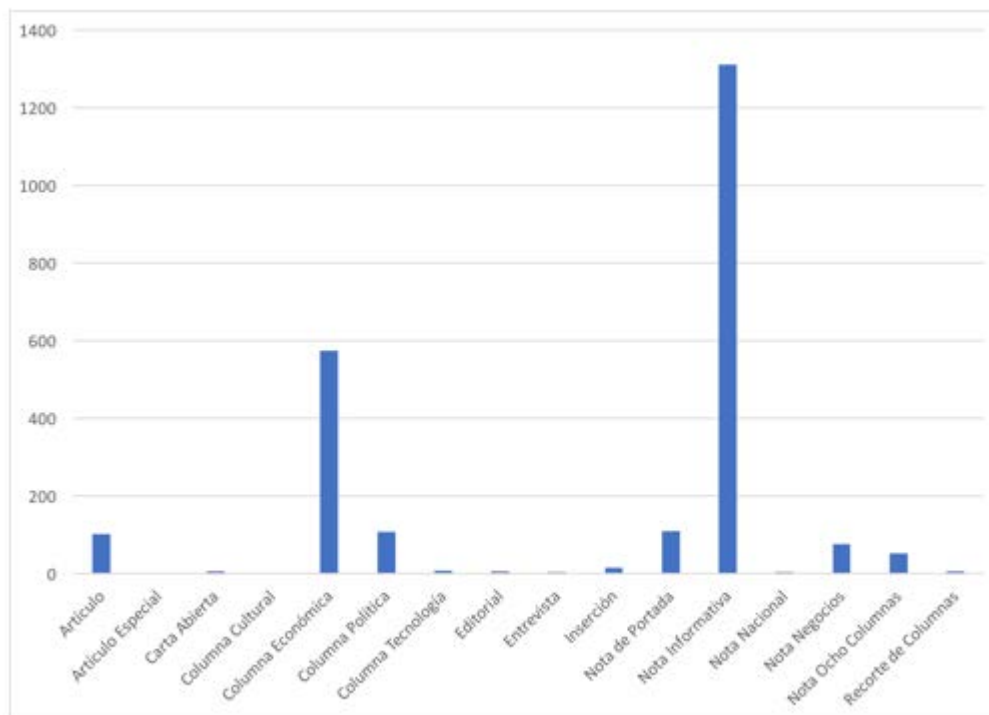
**Tabla 2.** Fechas relevantes de la presencia en los medios del IFT (formato de fecha es mes-año-día).

<u>Fecha</u>	<u>Notas</u>	<u>Fecha</u>	<u>Notas</u>	<u>Fecha</u>	<u>Notas</u>
2014-11-13	24	2014-07-07	14	2014-07-05	11
2014-07-03	23	2014-07-10	14	2016-07-20	11
2014-07-09	20	2015-06-16	14	2014-03-26	10
2015-02-10	20	2014-03-08	13	2014-07-14	10
2014-07-02	18	2014-03-10	13	2014-10-23	10
2014-11-04	18	2014-03-11	12	2014-12-19	10
2016-01-15	18	2014-03-19	11	2015-01-27	10
2014-11-05	16	2014-04-01	11	2015-06-24	10
2014-03-25	14	2014-04-08	11	2015-09-28	10
2014-07-01	14	2014-07-04	11	2016-03-15	10

El análisis de los géneros informativos de las notas recopiladas, como se muestra en la gráfica de la Figura 3, muestra que el género más utilizado fue la nota informativa, de carácter evidentemente neutro y la columna económica, con carácter más editorial. Considerando estos dos factores, y la proporción entre ambos, encontramos que El Economista y Excelsior son los medios que muestran mejor balance. Sin embargo, queda sujeto a la tendencia que resulta del análisis de sentimiento, siendo positivo, negativo o neutro. Cabe destacar que en el resto de los medios la tendencia es



claramente hacia la nota informativa, que, como se ha dicho arriba, es de carácter neutro. Esto impacta a la audiencia, al recibir información neutral sin tendencias evidentes.



**Figura 3.** Volumen informativo por género noticioso de notas relacionadas con el IFT.

Se realizó un análisis de los titulares mediante un aparato metodológico conocido como nube de palabras (Cui, 2010). En la Figura 4 se muestra la frecuencia de las palabras en los titulares, donde encontramos las siglas del IFT, los nombres de los operadores o concesionarios y algunos conceptos que conviene hacer notar como “apagón digital”, “banda ancha”, “competencia”, “cuenta corriente”, “espectro”, “Internet”, “portabilidad”, “red compartida”, “reforma de las telecomunicaciones”, “usuarios”. Es evidente que al revisar las resoluciones y discusiones del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones estos temas han estado presentes. De forma tal que podemos inferir que un primer beneficio evidente es la incorporación de estos conceptos al lenguaje cotidiano ciudadano. De acuerdo con el análisis de frecuencia de palabras, encontramos que el concepto de “portabilidad” destaca sobre otros. Lo cual no coincide con cualquiera de los beneficios reportados por el IFT, salvo al considerar el beneficio de “claridad en los derechos de los usuarios y los mecanismos para su protección”.



**Figura 4.** Nube de palabras de los titulares de las notas relacionadas con el IFT.

De nuevo, el análisis del género informativo de las notas recopiladas sobre portabilidad muestra que la nota informativa es el estilo predominante, seguido de la columna económica. Destacando seis notas (aprox. 4.5% de la muestra) que presentan la información en la portada del medio.

**Tabla 3.** Género informativo de las notas publicadas sobre el IFT.

Género informativo	Número de notas publicadas
Columna económica	12
Columna política	1
Nota de portada	4
Nota informativa	107
Nota negocios	4
Nota ocho columnas	2

Del análisis de medios realizado encontramos que la portabilidad numérica es el beneficio más evidente de la Reforma en Telecomunicaciones, a la que los ciudadanos hemos tenido acceso a través de los medios de comunicación. El IFT define a la Portabilidad Numérica como “el derecho de los usuarios de conservar el mismo número telefónico al cambiarse de concesionario o prestador de servicios de telefonía” (IFT 2016).

El propio IFT indica, a través de su página Web (IFT 2016), que “la portabilidad es una herramienta que incentiva la oferta de nuevos servicios de telecomunicaciones en aprovechamiento de la tecnología y la convergencia de servicios, en un ambiente competitivo, propicio para que los servicios se presten con mejores precios y diversidad en beneficio de los usuarios”. Esta definición

nos deja ver cómo la tecnología y la convergencia de servicios benefician a los usuarios. Sin embargo, parece ser que no es claro cómo es que sucede. Para la mayoría de los ciudadanos queda como “la posibilidad de cambiarse de operador sin perder el número”. De esta manera existe un contraste entre el discurso del IFT y la percepción del usuario. El primero centra el argumento en la novedad, el aprovechamiento tecnológico y la competencia; lo cual es común en las comunicaciones del propio instituto. Por parte del consumidor el discurso de la portabilidad está centrado en el proveedor. Posiblemente, en términos de mejor diálogo sea recomendable al IFT alinear los discursos de acuerdo al consumidor de información.

Al comparar la cobertura de los temas que menciona el IFT como los principales beneficios de la Reforma en Telecomunicaciones, encontramos que el beneficio que se ha hecho más evidente es el relacionado con los llamados “Servicios Públicos de Interés General”, en el cual se indica que los servicios de telecomunicaciones “(...) sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, acceso libre y continuidad”. Por otra parte, el menos mencionado de los beneficios son los “Derechos de las Audiencias”, “(...) que incluye entre otros, el de acceder a contenidos que promuevan la formación educativa, cultural y cívica, así como la difusión de información imparcial, objetiva y oportuna”.

Estos resultados nos invitan a cuestionarnos si el medio informativo está dando preferencia a la información que es inmediata al usuario, a manera de atender un consumo de información, como la portabilidad, o que los medios de comunicación estén evitando la discusión de los derechos de las audiencias, que pondrían en riesgo su papel y posición como medio de comunicación.

**Tabla 4.** Beneficios de la Reforma en Telecomunicaciones reportados por el IFT.

<b>Beneficio</b>	<b>% de notas informativas relacionadas</b>
Contar con servicios públicos de interés general	34%
Claridad en los derechos de los usuarios y los mecanismos para su protección	12%
Derechos de las audiencias	6%
<u>Must Carry – Must Offer</u> para garantizar el acceso a la televisión abierta	3%
Las nuevas cadenas de televisión	18%
Medidas de la preponderancia	13%
Impugnación de los actos, normas y omisiones del IFT mediante amparo indirecto	14%

## Conclusión

Al observar la Reforma en Telecomunicaciones ante los ojos críticos de los medios de comunicación masivos, nos encontramos con diversos beneficios que divergen de lo reportado por el IFT. Sin embargo, un beneficio indirecto y de suma importancia es ampliar el lenguaje de los ciudadanos al traer a la vida cotidiana palabras como “portabilidad numérica”. Si bien el IFT produce materiales que atienden a diversas audiencias, aún encontramos una falta de alineación entre el discurso de este órgano autónomo, los medios de comunicación y los ciudadanos. A manera de “teléfono descompuesto” el IFT realiza diversas acciones, las cuales reporta de una manera que es interpretada y reportada por los medios de comunicación, y que a su vez es simplificada por los ciudadanos. Sin duda el mayor beneficio para los usuarios –desde su perspectiva como consumidores de medios– es la portabilidad numérica. Al existir más de 100 millones de equipos de comunicación por telefonía celular en el país la comunicación de los logros del IFT representa un reto a la regulación y a la alfabetización mediática. La respuesta a la pregunta es sencilla; estamos aprendiendo a comunicarnos mejor.

## Referencias

Krippendorff, Klaus. *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage, 2004.

Cui, Weiwei, et al. “Context preserving dynamic word cloud visualization”. *2010 IEEE Pacific Visualization Symposium (PacificVis)*. IEEE, 2010.

Cervantes, Luis Miguel Martínez, et al. “Revista Iberoamericana de Comunicación”. (2012).

“Instituto Federal de Telecomunicaciones”. IFT, 2016. Web. 2016.

## Semblanza

El Dr. Luis Miguel Martínez Cervantes es académico titular e investigador en los departamentos de comunicación e ingeniería de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Actualmente, coordina el Proyecto de Convergencia Digital de esa misma universidad. Además, es integrante del Consejo Consultivo del IFT.

El Dr. Martínez es ingeniero en Electrónica y Comunicaciones por la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Cuenta con una Maestría en Ciencias en Sistemas de Medición Industrial por la Brunel University de Londres, Reino Unido, y es Doctor en Ingeniería por esta misma universidad. Actualmente, su investigación está enfocada al estudio del impacto de la tecnología en la sociedad, a través de la educación y la comunicación.