



INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OFICINA DEL COMISIONADO ADOLFO CUEVAS TEJA
IFT/100/PLENO/OC-ACT/ 0030/2015

México, Distrito Federal, a 11 de agosto de 2015.

**PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
PRESENTE**

En cumplimiento con lo dispuesto por el artículo 15, fracción I, del Estatuto Orgánico de este Instituto, con relación al artículo 23, fracción II, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR), informo a este H. Pleno sobre la comisión realizada los días 8 de julio al 13 de julio del presente año, en la ciudad de Londres, Reino Unido, para participar en representación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en las "Pláticas Económicas de Alto Nivel (HLET) y el Grupo de Trabajo sobre Comercio (TTF) México y el Reino Unido"; para asistir a diversas reuniones con distintos miembros del gobierno británico, concretamente el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS) la Autoridad de Estándares de Publicidad (ASA), la Oficina de Comunicaciones (Ofcom), y también participar en una reunión informativa con la empresa HP Autonomy.

A continuación resumo brevemente las principales actividades realizadas cada día de la comisión.

LUGAR DE COMISIÓN: Londres, Reino Unido.

FECHA: Del 8 de julio al 13 de julio de 2015

Miércoles 8 de julio de 2015

Participé en dos reuniones: una con el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS), responsable de la política de cultura y deporte en el Reino Unido, así como de algunos aspectos de los medios de comunicación en la totalidad del país, tales como radiodifusión y los temas relacionados con banda ancha. Dicho Departamento forma parte del Gabinete del Reino Unido. La segunda reunión fue con la Autoridad de

Estándares de Publicidad (ASA), el regulador independiente del Reino Unido sobre publicidad en todos los medios. Encargada de aplicar los códigos de publicidad escritos por los Comités de Prácticas Publicitarias.

Departamento de Cultura, Medios y Deporte

En la primera reunión, platiqué con Katherine Ribbe, Directora de Radiodifusión Internacional y John Sexton, Encargado de Comunicaciones de Política Regulatoria en el DCMS. Por la naturaleza del área que me recibió—Radiodifusión—los principales temas que discutimos fueron: sus estrategias para protección de menores; criterios de clasificación de contenidos, protección contra contenidos discriminatorios para las audiencias en general; políticas para la transmisión de contenidos deportivos; mecanismos para estimular la publicidad en medios, así como estrategias para analizar la calidad en la programación.

La información y recomendaciones recibidas son insumos útiles para cumplir con lo establecido en la Agenda Estratégica 2015 del Programa Anual de Trabajo 2015 del Instituto. Particularmente, con lo establecido en su fracción III, "Derechos e Intereses de los Usuarios y a las Audiencias", en lo que se refiere a derechos de las audiencias y los planteamientos sobre parámetros de calidad relacionados con el servicio público de radiodifusión. De igual forma, contribuye con los proyectos delimitados en la fracción IV de dicha agenda sobre, "Normatividad de los Sectores de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión", y de manera específica para el caso de los Lineamientos Generales para el Registro de Programadores y Productores.

Autoridad de Estándares de Publicidad

La segunda reunión del día fue con Jo Poots, Jefa de Operaciones de la Autoridad de Estándares de Publicidad, para discutir el esquema de regulación sobre publicidad, las estrategias para evaluar publicidad orientada a menores de edad, y la política respecto a publicidad incrustada que ellos implementan. En resumen, lo que comentaron fue que la herramienta más importante para llevar a cabo estas tareas son las quejas. En lo que iba de este año habían recibido aproximadamente, 37,000 quejas relacionadas con publicidad de diversos medios (internet, periódicos, televisión, etc.). Señalaron que para procesar dichas quejas deben poseer una de tres características: el anuncio al que hacen referencia es engañoso, dañino, y/o ofensivo.

En cuanto a su manera de evaluar la queja y el contenido de la publicidad, enfatizaron que de acuerdo al tipo de queja y la naturaleza del comercial, utilizan casos

similares para decidir cómo van a proceder. Es decir, su análisis se hace con base en precedentes. Adicionalmente, resaltaron la relevancia de dar a conocer a la industria la forma en que se evaluó un caso, de tal suerte que en un futuro éstos tengan certeza respecto a la forma en que se analizan los contenidos que produzcan. De igual manera, subrayaron que en su experiencia, mientras haya buenos canales de comunicación con la industria así como un acercamiento al consumidor, el ejercicio de monitoreo de publicidad será uno efectivo.

El conocimiento adquirido a partir de los casos que presentaron, junto con los criterios y estrategias de evaluación, coadyuva al cumplimiento de objetivos del Instituto, tales como, el proteger los derechos de los usuarios y audiencias en lo referente a los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión. Además de ser útil para dos temas de la Agenda 2015 del Programa Anual de Trabajo: los Lineamientos Generales sobre Audiencias y los Lineamientos sobre Publicidad.

Jueves 9 de julio de 2015

Ofcom

Este día asistí a la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) de la Gran Bretaña para platicar con Stephen McConnell, Asesor de Asuntos Internacionales; Anthony Szyndkaruk, Encargado de Política Comercial y de Ejecución; Sarah Andrew, Jefa de Normas sobre Contenido "On Demand"; Robert Wells, Principal Asesor Jurídico; Tim Part, Encargado de Estrategia, y David Cockram, Director de Estrategia. La sesión con Ofcom consistió en una serie de presentaciones de distintas unidades. Primero se hizo una introducción sobre Ofcom; después, se habló sobre la evolución de las producciones independientes en el Reino Unido; en seguida, se habló sobre la forma en que realizan consultas públicas, y finalmente se discutió su política en materia de regulación de contenidos (Incluidos los contenidos sobre demanda).

Al respecto, cabría mencionar que delimitan los principios de su política regulatoria a: 1) desregular como enfoque principal; 2) basarse en evidencia sólida y asegurar la participación de todos los interesados en el proceso, y 3) actualizar los estudios de mercado constantemente. En línea con esto, llamó la atención el énfasis que le dan a las consultas públicas como mecanismos para legitimar y fortalecer sus decisiones como regulador. Se resaltó que hacer una consulta pública correcta es clave para hacer política pública efectiva. En este sentido, Ofcom expuso como experiencia exitosa en el uso de las consultas, que éstas sean flexibles, que haya claridad en el

lenguaje, y buscar la forma de asegurar que emitan opinión los actores clave para la política en consulta.

En el tema de contenidos, destacaron que para el ejercicio de monitoreo dependen de los ciudadanos para que éstos les diga si hay un problema con los contenidos que se están radiodifundiendo. Anualmente reciben aproximadamente 25,000 quejas (muchas de ellas sobre asuntos de poca relevancia), de las cuales investigan 250. Para las quejas que sí llegan a investigar, se consulta al radiodifusor para que justifique la razón por la que se radiodifundió, se analiza y se llega a ciertas conclusiones. Una vez más sobresale que la estrategia de regulación es no intervenir. También en este rubro, fue interesante conocer el papel que ha ganado la producción independiente como motor para promover la diversidad de contenidos al que tienen acceso los ciudadanos.

Sin duda, los paralelismos entre la Ofcom y el IFT hicieron del ejercicio de intercambiar experiencias uno muy útil para diversos temas concurrentes al Instituto. Adicionalmente, su investigación se encuadra en temas de gran relevancia actual para el IFT, tales como: los criterios en parámetros de calidad; los Lineamientos del Análisis de Impacto Regulatorio y el Proceso de Consultas Públicas, y los Lineamientos Generales para el Registro de Programadores y Productores. También acompaña el espíritu general del Programa Anual de Trabajo, en el que estamos buscando la mejor manera de lograr una regulación con un enfoque de convergencia tecnológica, que incentive la inversión de los agentes regulados y con ello, generar calidad en los servicios, innovación en los mercados y acceso universal a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

Cena con el Embajador de México en el Reino Unido

En representación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) fui invitado a cenar a la residencia del Embajador de México en el Reino Unido, Diego Gómez Pickering, para compartir la naturaleza de la reforma en telecomunicaciones y sobre todo compartir las labores del IFT con miembros del gabinete de la Gran Bretaña. Entre estos, Duncan Taylor, Embajador del Reino Unido en México; Creon Butler, Director de la Secretaría sobre Asuntos Globales y Europeos; Dominic Jermey, Presidente Ejecutivo de la Agencia *UK Trade and Investment*, y Samantha Dunger, Jefa de Prosperidad y Comunicaciones en la Embajada Británica en México.

Viernes 10 de julio de 2015

*Pláticas Económicas de Alto Nivel (HLET) y el Grupo de Trabajo sobre Comercio (TIF)
México y el Reino Unido*

Las pláticas económicas de alto nivel surgen como un mecanismo vital para profundizar las relaciones económicas entre México y el Reino Unido. Para hacer del intercambio uno útil se busca que estén los miembros del gobierno mexicano y su contraparte británica. Por la naturaleza de este formato, además del IFT participaron miembros de diversas dependencias del gobierno mexicano. La discusión en materia de telecomunicaciones se llevó a cabo en el panel sobre "Regulación, Transparencia y Competencia", en el que participaron:

Delegación Mexicana

- Comisionado Adolfo Cuevas, IFT;
- Diego Gómez Pickering, Embajador de México en el Reino Unido;
- Mtro. Juan Manuel Valle, SRE;
- Diego Borja, SER;
- Jorge Pulido Vázquez, Función Pública;
- Jorge Carlos Femat Romero, Economía;
- Carlos Sánchez Pavón, PROMEXICO;
- Mario González, PROMEXICO;
- Julián Salazar, PROMEXICO;
- Nelson Mojarro, SENER;
- Assuán Olvera, IFT;
- Mirian Amaro, IFT;
- Alexandra Vela, IFT;
- Marcos Avalos, COFEMER, y
- Juan Carlos Lombardo, Embajada de México en el Reino Unido.

Delegación Británica

- Creon Butler, Cabinet Office;
- Duncan Taylor, British Ambassador;
- Kate Smith, Director Americas, Foreign and Commonwealth Office;
- David Hallam, Department for International Development;
- Kate White, Foreign and Commonwealth Office Joe Sousek, DECC;
- John Sexton, Department of Culture Media and Sports;
- Jonathan Spence, Office of Gas and Electricity Markets;
- Stephen McConnell, Office of Communications;

- Chris Woolford, Office of Communications;
- David Harding, Foreign and Commonwealth Office, y
- Diego Vázquez, British Embassy Mexico City.

Se acordó empezar los diálogos con el tema de transparencia, seguido por una breve presentación y discusión en lo que se refiere a la regulación del sector energético y en telecomunicaciones. En mi intervención, di cuenta de la reunión que se sostuvo con la Oficina de Comunicaciones de la Gran Bretaña el día anterior a las mesas de diálogo (9 de julio de 2015) y dado lo útil que ésta fue, expresé el enorme interés del IFT por estrechar las relaciones con dicho órgano.

Planteé para la agenda bilateral múltiples temas, entre los que señalé: la comunicación digital y los incentivos para invertir en infraestructura; la consolidación de participantes en el mercado de telefonía móvil; estimular pluralidad en el sector de radiodifusión, diseño de subastas para el espectro, entre otros. Algunos de los mecanismos mencionados para concretar esta agenda fueron: tener llamadas periódicas con la Ofcom, así como ejercicios que permitan armar equipos de trabajo que pasen estancias en dicho órgano para aprender acerca de algún tema en específico.

Después del panel, participé en una breve presentación que ofreció el Dr. David Halpern titulada "The Behavioural Insights Team" la cual se centró en explicar de qué manera el gobierno británico utiliza el enfoque "behaviorista" para recabar información y diseñar políticas públicas de bajo costo, más efectivas, y que ayuden a los ciudadanos a tomar mejores decisiones.

Lunes 13 de julio de 2015

HP Autonomy

Me reuní con Martin Blackburn, EMEA Sales Manager-Video Analytics, Surveillance and Media Intelligence de HP Autonomy, para conocer la tecnología HP como una opción de solución para el proyecto de monitoreo de medios y contenidos audiovisuales, en el que se tiene contemplado que el IFT haga un ejercicio de detección de mensajes comerciales y analíticos de reconocimiento para los contenidos de los programas.

En la reunión expusieron en qué consiste su tecnología. Funciona con base en una plataforma llamada Haven, la cual toma distintos contenidos y les da un sentido. Este contenido puede venir de diversas fuentes: IP's, satélite, etc. La flexibilidad de la plataforma le permite no sólo recibir ese contenido sino analizarlo en tiempo real

(dependiendo el rango de análisis que está procesando, puede tardar no más de un minuto en hacer el análisis, es decir, le toma un máximo de 60 segundos procesar la información) aunque de la misma forma se puede procesar posteriormente.

Mediante la presentación e interacción con el software, mostraron que éste integra en una misma solución todos los analíticos de audio y video que otros proveedores ofrecen de manera separada, permitiendo la búsqueda de información de una forma sencilla, inmediata y usando una variedad de capacidades como los anteriormente mencionados.

Dado el potencial de este programa, que abarca usos mayores a los que podría darle el IFT, se estima pertinente hacer sabedoras a otras instancias públicas que realizan monitoreo de medios, para que lo conozcan y evalúen su uso potencial.

Al analizar el Programa Anual de Trabajo para este año, se aprecia que dicha sesión informativa se corresponde con el esfuerzo del Instituto de dar continuidad a la Política Regulatoria e Institucional 2014, particularmente en la estrategia de fortalecimiento institucional que contempla la sistematización en el monitoreo, medición y análisis de medios y contenidos audiovisuales. De tal forma que, es útil conocer herramientas que puedan, en su caso, coadyuvar al Instituto en el cumplimiento en materia de defensoría de las audiencias y accesibilidad, por parte de los concesionarios de audio y televisión abierta y restringida; sobre tiempos máximos de publicidad, y el monitoreo de programación infantil.

ATENTAMENTE



MTRO. ADOLFO CUEVAS TEJA
COMISIONADO