

FORMATO PARA PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA

Instrucciones para su llenado y participación:

- I. Las opiniones, comentarios y propuestas deberán ser remitidas a la siguiente dirección de correo electrónico: canalesvirtuales@ift.org.mx, en donde habrá que considerarse que la capacidad límite para la remisión de archivos es de 20 MB.
- II. Proporcione su nombre completo, razón social o denominación social, o bien, el nombre completo del representante legal. Para este último caso, deberá elegir la opción de documento con la que se acredita dicha representación, así como adjuntar –a la misma dirección de correo electrónico- copia electrónica legible de tal documento.
- III. Elija la opción acorde con su consentimiento para que el IFT divulgue sus datos personales contenidos en el presente formato, así como lo relacionado con las opiniones, comentarios y propuestas que le sean remitidas.
- IV. Lea minuciosamente el Aviso.
- V. Vierta sus comentarios al Anteproyecto, ordenados por Lineamiento, fracción, inciso, párrafo o artículo transitorio.
- VI. De contar con observaciones generales o alguna aportación adicional proporciónelos en el último recuadro.
- VII. Recuerde adjuntar -a su correo electrónico- la documentación que considere conveniente.
- VIII. El período de consulta pública será del 21 de diciembre de 2015 al 29 de enero de 2016. Una vez concluido se podrá continuar visualizando los comentarios vertidos, así como los documentos adjuntos en la siguiente dirección electrónica: www.ift.org.mx.
- IX. Para cualquier duda o comentario sobre la presente consulta pública, favor de contactar a: Assuán Olvera Sandoval, Director General de Política y Procedimientos Regulatorios en Medios y Contenidos Audiovisuales del IFT, a través de los siguientes datos: assuan.olvera@ift.org.mx, teléfono 50 15 4000, extensión: 4885.

I. Datos del participante	
Nombre, razón social o denominación social:	COLEGIO DE INGENIEROS MECANICOS Y ELECTRICISTAS, A.C.
En su caso, nombre del representante legal:	Ing. Hugo Aquino Ruiz
Documento para la acreditación de la representación: (En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico).	Carta Poder
En términos de lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y los artículos 68, último párrafo y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, doy mi consentimiento expreso al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para la divulgación de mis datos personales contenidos en el presente formato.	Estoy de acuerdo
AVISO IMPORTANTE	
Los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas durante la vigencia de la presente consulta pública, serán divulgados íntegramente en el portal electrónico del IFT y en ese sentido, serán considerados invariablemente públicos. En caso de que los comentarios, opiniones y aportaciones contengan información que pueda ser considerada como confidencial o reservada, se entenderá que, quien participa en este ejercicio, otorga su consentimiento expreso para la difusión de la misma, cuando menos en el portal del IFT. Ello, toda vez que la naturaleza de las consultas públicas consiste en transparentar el proceso de elaboración de nuevas regulaciones, así como generar un espacio de intercambio de información, opiniones y puntos de vista sobre un anteproyecto regulatorio o situación específica que este órgano constitucional autónomo somete a la consideración del escrutinio público, en términos de lo dispuesto por la fracción I del artículo 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.	

II. Comentarios y aportaciones específicas del participante		
Por estructura del anteproyecto regulatorio		
Apartado	Fracción, inciso o párrafo	Comentario y aportaciones
Segundo	V	<p>Considerado que estos lineamientos tienen por objeto regular el uso de Canales Virtuales de Televisión Radiodifundida, se sugiere que la definición Concesionario de Televisión Radiodifundida quede redactada de la siguiente forma:</p> <p>V. Concesionario de Televisión Radiodifundida: Persona física o moral que cuenta con título de concesión para prestar el Servicio de Televisión Radiodifundida</p>
Sexto	Segundo	<p>Considerando los Derechos de las Audiencias, es indispensable que el plazo para utilizar el canal virtual asignado por el IFT sea mayor al propuesto en este anteproyecto, toda vez que para que las audiencias puedan sintonizar la programación de sus interés con los nuevos canales virtuales, tienen primero que conocer cuál canal seleccionar y segundo llevar a cabo la re-sintonización o re-programación de su televisor. Lo anterior representa una campaña informativa previa al cambio de canal virtual. En tal virtud, se sugiere que este párrafo quede redactado de la siguiente forma:</p> <p>“...Los Concesionarios de Televisión Radiodifundida deberán dar aviso a las audiencias a través de su programación al menos cinco ocasiones diarias en horarios de mayor audiencia durante los quince días hábiles previos al cambio de canal virtual asignado por el Instituto...”</p> <p>Se debería establecer un día y hora específica, dentro del plazo otorgado para el cambio de Canales Virtuales, de preferencia en fin de semana, que sea igual para todos los Concesionarios y así evitar múltiples re-sintonización por parte de la</p>

Consulta pública del Instituto Federal de telecomunicaciones con relación al ANTEPROYECTO DE LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA ASIGNACIÓN DE CANALES VIRTUALES DE TELEVISIÓN RADIODIFUNDIDA.

		<p>audiencia.</p> <p>Tratándose del mismo Concesionario y con dos o más canales autorizados en la misma zona de cobertura, se propone que se permita integrar dichos canales bajo un mismo Canal Virtual, siempre y cuando no se trate del Agente Económico Preponderante en radiodifusión.</p>
Séptimo	Único	<p>Se deberá respetar las identidades locales ganadas a través de los años de la utilización de la Marca ligada al número de canal local de las estaciones que no pertenecen a ninguna de las dos empresas con cobertura nacional.</p> <p>Considerando la identidad de los canales de programación que han creado a través de los años, se recomienda tomar en cuenta para su asignación en primer lugar su identidad forjada dentro de su Área de Servicio.</p>
Noveno	Primero	<p>La hipótesis normativa descrita en este artículo, es técnicamente imposible de presentarse, debido a que la asignación de un mismo Canal Virtual de dos o más concesionarios de televisión radiodifundida que traslapen su zona de cobertura, significa que operan en el mismo canal de transmisión y con las transmisiones de televisión digital terrestre, los traslapes en una misma frecuencia ocasionan la destrucción de dichas señales y, en consecuencia, la imposibilidad de sintonizar y reproducir su programación, dando como resultado la disminución de las zonas de cobertura.</p> <p>Por otro lado, suponiendo sin conceder que se traslapen zonas de cobertura de dos o más concesionarios de televisión radiodifundida que tengan asignado el mismo Canal Virtual, la asignación de números secundarios consecutivos afectará la identidad de todos los canales de programación con el mismo canal virtual y vulnerará los Derechos de las Audiencias al dificultar la determinación del Concesionario a quien se deben dirigir en caso de quejas y denuncias.</p> <p>Es de precisar, que el área geográfica que realmente cubre una estación de televisión es su Área de Servicio, por lo que el traslape de canales se da realmente en estas áreas. En virtud de lo anterior, se recomienda utilizar el término Área de</p>

Consulta pública del Instituto Federal de telecomunicaciones con relación al ANTEPROYECTO DE LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA ASIGNACIÓN DE CANALES VIRTUALES DE TELEVISIÓN RADIODIFUNDIDA.

		<p>Servicio en lugar de Zona de Cobertura.</p> <p>Por lo antes expuesto, se propone que dicho artículo queda redactado así:</p> <p>Artículo 9.- En caso de que se traslapen las Áreas de Servicio... Los Concesionarios de Televisión Radiodifundida podrán acordar los términos y condiciones para la cesión de la utilización del Canal Virtual de referencia, situación que de llegar a un acuerdo deberá ser informada al Instituto presentando la documentación fehaciente de dicho hecho, para efecto de realizar las modificaciones de asignación correspondiente.</p>
Décimo	Único	<p>En consistencia con la modificación propuesta al artículo 9, se sugiere la siguiente redacción para este artículo:</p> <p>Artículo 10.- Cuando así convenga a sus intereses, los Concesionarios de Televisión Radiodifundida podrán optar por solicitar al Instituto la asignación de un Canal Virtual disponible de acuerdo a la lista publicada en el sitio electrónico del Instituto.</p>
Décimo Primero	Único	<p>Se propone que se modifique la redacción para quedar así:</p> <p>Artículo 11.- El Instituto, a través de la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales analizará la solicitud presentada en un plazo máximo de 30 días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que se presente la misma, y la determinación correspondiente se notificará al solicitante.</p>
Elija un elemento.		

III. Comentarios y aportaciones generales del participante

Es importante señalar que la identidad de cada canal por sí misma, constituye un valor agregado e incluso, en varios casos, representa la Marca de los radiodifusores. Este posicionamiento es el resultado de años de esfuerzo en la promoción del canal y un cambio en el mismo, puede significar un detrimento patrimonial y económico para los radiodifusores.

Por otro lado, en la mayoría de las ciudades donde se recibe el servicio de televisión radiodifundida, los llamados "canales locales" enfocan su identidad con base en el número de canal de radiofrecuencia en el que transmiten; en tanto que las audiencias reconocen a los llamados "canales nacionales" por su nombre comercial (por ejemplo "Canal de las Estrellas", "Galavisión", "Canal Once", "Azteca 7" o "Azteca 13"). En virtud de lo anterior, la asignación de Canales Virtuales en función de su cobertura, puede menoscabar el empeño del propio Instituto respecto de la diversidad, la competencia y el fomento de la pluralidad; y en el peor de los escenarios, producir un efecto adverso en el que se promueva la concentración de los contenidos audiovisuales producidos de manera centralizada y con un enfoque uni-cultural por parte de los "canales nacionales".

Nota: Favor de añadir cuantas filas se consideren necesarias.