

**OFICINA COMISIONADA  
IFT/100/PLENO/OC-ASLI/001/2018**

Ciudad de México, a 9 de enero de 2018.

**LIC. JUAN JOSÉ CRISPÍN BORBOLLA  
SECRETARIO TÉCNICO DEL PLENO**

**Presente**

Por este medio envío a usted, para los efectos conducentes, el engrose del voto particular disidente que formulé oralmente durante la XXXIII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 28 de septiembre de 2016, respecto a la "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES AUTORIZA EL ACCESO A LA MULTIPROGRAMACIÓN A TELEVIMEX, S.A. DE C.V., A TRAVÉS DEL CANAL 49 DE TELEVISIÓN, CON DISTINTIVO DE LLAMADA XHTV-TDT, DE LA CIUDAD DE MÉXICO, QUIEN FORMA PARTE DEL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DECLARADO COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN". Esta Resolución fue aprobada por el Pleno, mediante Acuerdo P/IFT/280916/522.

**Atentamente,**



**ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA  
COMISIONADA DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES**



**VOTO PARTICULAR DISIDENTE QUE FORMULA LA COMISIONADA ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA RESPECTO A LA “RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES AUTORIZA EL ACCESO A LA MULTIPROGRAMACIÓN A TELEVIMEX, S.A. DE C.V., A TRAVÉS DEL CANAL 49 DE TELEVISIÓN, CON DISTINTIVO DE LLAMADA XHTV-TDT, DE LA CIUDAD DE MÉXICO, QUIEN FORMA PARTE DEL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DECLARADO COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN”, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/280916/522**

El 28 de septiembre de 2016 el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (en adelante, el “Instituto”), en su XXXIII Sesión Ordinaria, aprobó la resolución “P/IFT/280916/522” que autorizó el acceso a la multiprogramación a favor de Televimex, S.A. de C.V., a través del Canal 49 de televisión, con distintivo de llamada XHTV-TDT, de la Ciudad de México, quien forma parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión (en adelante, la “Resolución”).

Durante la sesión respectiva, expresé verbalmente mi voto en contra en virtud de que en mi opinión, el otorgamiento de dicha autorización atenta con lo dispuesto en los artículos 1, 4 y 9 de los Lineamientos de Multiprogramación, así como los artículos 158 y 237, fracción I de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) en cuanto a: i) derecho de acceso a la información y ii) equilibrio entre publicidad y programación.

En ese sentido, en el presente voto particular se engrosan y explican las consideraciones por las que disentí de la Resolución. El voto se divide en cinco apartados: 1) antecedentes; 2) derecho a la información; 3) falta de acreditación de lo dispuesto en el artículo 9, fracción IV, inciso c), de los Lineamientos de Multiprogramación y contravención a los artículos 1 y 4 de este mismo ordenamiento, 4) contravención a lo dispuesto en los artículos 158 y 237, fracción I de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; y 5) conclusión.

### **1. Antecedentes**

En el presente caso, Televimex, S.A. de C.V. (en adelante, el “Solicitante”) solicitó el acceso a la multiprogramación en el canal 49.2, denominado CJ Grand Shopping, en la Ciudad de México. Este canal tiene como fin exclusivo el ofrecer o promover la venta de bienes o la prestación de servicios durante todas las 24 horas de transmisión. Por lo que, en principio, como el mismo solicitante lo manifestó, este canal no tiene una barra programática como tal, pues no ofrece contenidos o programas, sino sólo publicidad.

Asimismo, conviene señalar que del expediente se aprecian dos cuestiones en particular. Por un parte, se aprecia que la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales opinó que este canal no

aporta a la pluralidad y a la diversidad. Por otra parte, el mismo solicitante refiere que en un principio su idea era que el canal 49.2 fuera un canal con transmisión de -2 horas respecto a su canal principal (49.1), sin embargo por cuestiones de derecho de autor no pudo y por ende propuso el canal CJ Grand Shopping.

## 2. Derecho a la información

En primer lugar considero que la autorización de un canal multiprogramado destinado únicamente a material publicitario vulnera el derecho a la información de las audiencias. Al efecto, la Constitución garantiza este derecho en su artículo sexto:

*“Artículo 6°. (...) El derecho a la información será garantizado por el Estado: (...) (Apartado B).- III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.”*

Ahora bien, debemos tener en cuenta que en materia de contenidos audiovisuales, el derecho a la información es empleado como uno de los ejes rectores para efectos de su regulación. Al efecto, la exposición de motivos para la expedición de la LFTR señala lo siguiente:

*“Respecto a los contenidos y la programación la nueva legislación garantizaría: a) Pluralidad y competencia en materia de contenidos. Para asegurar el respeto a las libertades de expresión e información y el derecho a la información de los ciudadanos<sup>1</sup>.”*

Asimismo, respecto a la publicidad, durante el proceso legislativo de la LFTR se dictaminó lo siguiente:

*“El presente Proyecto de Decreto también contempla un apartado en el que se regula la publicidad comercial, con un enfoque en el que se asegure un punto medio entre la publicidad y la programación que se transmite a quien recibe los servicios, para lograr dicho objetivo se determinó que si bien pueden existir diversos sistemas para regular la publicidad, después de un análisis del sector específico y confrontado con los fines que persigue la Constitución, se determinó que deben imponer máximos de*

---

<sup>1</sup> Ibídem.

**tiempos publicitarios a los concesionarios de radio y de televisión abiertos y restringidos<sup>2</sup>(...)**

De este modo, actualmente la LFTR contempla disposiciones en materia de contenidos, de publicidad y del equilibrio entre estos. En específico, el legislador contempló la necesidad de un equilibrio entre programación y publicidad, con base en el derecho a la información.

Con el objetivo de lograrlo, se establecieron tiempos máximos de publicidad para televisión abierta y restringida. Al efecto, se determinó que en televisión abierta comercial (como en el presente caso) los concesionarios del servicio de radiodifusión no podrán exceder del 18% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

Asimismo, la LFTR contempló una excepción de reproducir canales con puro contenido publicitario, sin embargo ésta fue reservada específicamente para el servicio de televisión restringida, no así para el de televisión abierta, como más adelante se explicará. De manera que permitir la transmisión de este tipo de canales interfiere directamente con la obligación de garantizar el derecho a la información en los términos expuestos.

**3. Falta de acreditación de lo dispuesto en el artículo 9, fracción IV, inciso c), de los Lineamientos de Multiprogramación y contravención a los artículos 1 y 4 de este mismo ordenamiento**

En el presente caso –solicitud de acceso a la multiprogramación– es necesario observar lo dispuesto en los Lineamientos de Multiprogramación:

***“Artículo 1 Lineamientos.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto regular la autorización para el acceso a la Multiprogramación, sus condiciones integrales de funcionamiento conforme a los principios de competencia y Calidad Técnica, garantizando el derecho a la información y atendiendo de manera particular la concentración nacional y regional de frecuencias.”***

***“Artículo 4 Lineamientos.- El análisis de la solicitud de acceso a la Multiprogramación presentada por Concesionarios de Radiodifusión, se realizará atendiendo a los siguientes principios: (...) c) Derecho a la información.- Se deberá promover y respetar el Derecho a la información previsto en el artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos así como los Tratados Internacionales en materia de Derechos Humanos suscritos por México.”***

<sup>2</sup> Dictamen de origen de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Dictamen de origen: senadores, Gaceta Parlamentaria, no. 1, México, 2014.

**"Artículo 9 Lineamientos.- Los Concesionarios de Radiodifusión que deseen obtener autorización para acceder a la Multiprogramación por sí mismos o para brindar acceso a terceros como Programadores Nacionales Independientes, Programadores Nacionales, Programadores Extranjeros o Concesionarios de Radiodifusión, deberán solicitarlo al Instituto, precisando lo siguiente: (...)IV. Identidad de cada Canal de Programación, lo cual incluirá lo siguiente:**

- a) Nombre con que se identificará;
- b) Logotipo, y
- c) Barra programática que se pretende incluir en cada Canal de Programación, especificando la duración y periodicidad de cada componente de éste."

De este modo, los Lineamientos señalan que en el análisis de cualquier solicitud de acceso a la multiprogramación –como la que nos ocupa- debe garantizarse derecho el acceso a la información. Esto en concordancia con lo previsto en el artículo 6 constitucional.

Asimismo, el artículo 9 de los Lineamientos, fracción IV, inciso c), refiere que el solicitante debe precisar la identidad de cada Canal de Programación, la cual incluirá la barra programática que se pretende incluir en cada Canal de Programación, especificando la duración y periodicidad de cada componente de éste.

Respecto a este requisito, el solicitante señala tanto en su solicitud como en un desahogo de requerimiento (en el que se le solicitaba proporcionar su barra programática) lo siguiente:

**"Cabe aclarar, que de acuerdo al propósito que se le dará al canal virtual 4.2, no se remite la parrilla programática, ya que no existen programas como tal, sino que se comercializaran diversos productos de lunes a domingo de las 00:00 hrs a las 24:00 hrs. en bloques de 30 minutos; sin embargo, a solicitud de ese H. Instituto como se menciona en el párrafo anterior, se anexa la barra programática con la descripción de la programación del canal en forma general por tratarse de anuncios continuos, variando únicamente los productos que se comercializaran."**

Como se puede observar, el mismo solicitante reconoce que no cuenta con una barra programática, puesto que no cuenta con programas, sólo con publicidad. Asimismo, el solicitante opta por presentar un documento a manera de barra programática, la cual no es una barra como tal, puesto que no transmite programación, sino sólo publicidad. Por ende, el solicitante no acredita lo dispuesto en el artículo 9, fracción IV, inciso c) de los Lineamientos.

Ahora bien, los artículos 1 y 4 de los Lineamientos de Multiprogramación señalan que se deberá garantizar el derecho de acceso a la información con la multiprogramación. Sin embargo, si no hay programación este derecho no puede garantizarse, pues las audiencias sólo verán publicidad y no contenidos.

#### **4. Contravención a lo dispuesto en los artículos 158 y 237, fracción I de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión**

El primer párrafo del art. 158 de la LFTR también refiere a la garantía del derecho de acceso a la información, al igual que los artículos 1 y 4 de los Lineamientos de Multiprogramación:

*“Artículo 158 LFTR. El Instituto otorgará autorizaciones para el acceso a la multiprogramación a los concesionarios que lo soliciten, conforme a los principios de competencia y calidad, garantizando el derecho a la información y atendiendo de manera particular la concentración nacional y regional de frecuencias, incluyendo en su caso el pago de las contraprestaciones debidas bajo los siguientes criterios: (...)”*

Aunado a lo anterior, la LFTR señala que debe existir un equilibrio entre la publicidad y la programación en los siguientes términos:

*“Art.3 LFTR.- Para los efectos de esta Ley se entenderá por: (...) L. Programación de oferta de productos: La que, en el servicio de radio y televisión tiene por objeto ofrecer o promover la venta de bienes o la prestación de servicios y cuya duración es superior a cinco minutos continuos.”*

*“Artículo 237 LFTR. Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, así como los programadores y operadores de señales, deberán mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día, para lo cual se seguirán las siguientes reglas: I. Para los concesionarios de uso comercial de radiodifusión: a) En estaciones de televisión, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación, y b) En estaciones de radio, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.”*

*La duración de la publicidad comercial no incluye los promocionales propios de la estación, ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado y otros a disposición del Poder Ejecutivo, ni programas de oferta de productos o servicios (...).”*

