

Comunicado de Prensa No.055/2024

Ciudad de México, a 26 de junio de 2024.

EL IFT REALIZA EL “SEMINARIO INTERNACIONAL MERCADO Y REGULACIÓN AUDIOVISUAL”

- *Personas expertas y representantes de organismos de América y Europa analizaron la evolución del actual ecosistema mediático.*
- *Reflexionaron sobre los retos regulatorios de la industria audiovisual en línea y el fortalecimiento de la producción local y acceso a contenidos globales, entre otros.*
- *Conversaron también acerca de la Inteligencia artificial (IA) en los medios y contenidos audiovisuales en Internet y su impacto en los modelos de negocio.*

Con el objetivo de constituir una plataforma de intercambio de conocimientos y experiencias que enriquecerá la comprensión de la evolución del ecosistema mediático, y su impacto en la sociedad y la cultura contemporánea, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) realizó el Seminario Internacional Mercado y Regulación Audiovisual (SIMRA), México.

El SIMRA se realizó por primera vez en América Latina en 2023, en la ciudad de Bucaramanga, Colombia, con el fin de promover un diálogo entre Europa y Latinoamérica respecto de los desafíos inmersos en el crecimiento del consumo del video conectado y su impacto en las industrias culturales, al igual que en la diversidad y representaciones socioculturales.

Este año, dicho seminario fue organizado por el IFT en coordinación con el Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM), y el apoyo del grupo de Diversidad Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, cuyos representantes encabezaron la inauguración de los trabajos que se realizaron durante este 25 y 26 de junio.

Comunicado de Prensa **No.055/2024**

Durante la sesión de apertura del SIMRA, el Comisionado Presidente en suplencia del IFT, Javier Juárez Mojica, destacó que, como reguladores y promotores del desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión, así como de los mecanismos de protección de las audiencias de estos servicios “asumimos el compromiso de promover un diálogo permanente sobre el desarrollo de las plataformas de contenido en línea y el impacto que generan en las nuevas formas de consumo audiovisual”.

Para dimensionar dicho consumo, Juárez Mojica refirió que, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre la Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2023, de las 97 millones de personas usuarias de internet mayores de 6 años que hay en México, el 88.1% utiliza esta conectividad con fines de entretenimiento. “Esa combinación de la penetración de internet y la disponibilidad de contenidos audiovisuales a través de los OTT, dio paso a la conformación de nuevas audiencias y transformó las formas de consumo mediático que, no solamente complementan el actual ecosistema audiovisual, sino que fortalecen la escena con los medios tradicionales como la radio y la televisión”, señaló.

Por su parte, Gustavo Gómez, Director Ejecutivo del Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM), habló sobre el debate actual en torno a los ajustes regulatorios e institucionales que se plantean frente a los avances que se registran en el mercado audiovisual. “Por eso, para Observacom es muy importante dejar claro que cualquier abordaje serio, profesional, técnico, democrático adecuado de estos temas, tiene que venir de la mano de una institucionalidad fuerte, de reguladores fuertes, con recursos, con autonomía técnica e independencia, porque son las mejores prácticas y las recomendaciones internacionales”, comentó.

Comunicado de Prensa **No.055/2024**

María Trinidad García, Profesora Titular en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), sostuvo que hablar en torno a políticas, públicas, regulación y de mercado de los servicios audiovisuales y de las audiencias es de la mayor importancia para los países de América y Europa. “Este es un debate vigente y central, porque muchas de las preocupaciones que existen en Europa de cómo regular a los operadores de servicios audiovisuales bajo demanda, existen también en América Latina, qué normas crear, cómo es posible o no que atiendan determinadas obligaciones, por ello, es que es de gran interés para todos los actores involucrados en el tema”, enfatizó.

En tanto, Luis Albornoz Profesor Titular del Departamento de Comunicación y Estudios de Medios de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), señaló que este Seminario da continuidad a un trabajo que inició en 2014, y que estos encuentros tienen la característica de conjugar a los académicos con los responsables de las decisiones de política pública para el correcto desarrollo y funcionamiento del sector y con los profesionales del audiovisual. “Por ello, estas dos jornadas son muy ricas en cuanto a intercambio de conocimiento, tanto de especialistas de Europa como del otro lado del continente”, puntualizó.

Durante las dos jornadas en las que se desarrolló el Seminario, las personas participantes compartieron sus experiencias y perspectivas sobre tópicos como la evolución del actual ecosistema mediático, los retos regulatorios de la industria audiovisual en línea y el fortalecimiento de la producción local y acceso a contenidos globales, entre otros.

Se conversó también acerca de la Inteligencia artificial (IA) en los medios y contenidos audiovisuales en Internet y su impacto en los modelos de negocio, la evolución de las OTT audiovisuales desde la perspectiva del mercado, y los principios y reglas de protección de usuarios y audiencias de estos servicios.

Comunicado de Prensa No.055/2024

El Seminario contó con la participación de representantes del Observatorio Europeo del Audiovisual, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España, la Universidad Panamericana de México, la Universidad Nacional de Quilmes, el Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia, el Observatorio de las Telecomunicaciones en México, el Consejo del Audiovisual de Cataluña, el Consejo Nacional de Televisión de Chile, la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, el Instituto Alana de Brasil, Business Bureau, Roku México, Dailymotion y AM Soluciones.

El Seminario y las sesiones en línea pueden consultarse en los siguientes enlaces:

Día 1: <https://www.youtube.com/live/P0xb-3OtTOM?si=BT8kGqlbsGuwTFdr>

https://www.youtube.com/live/rBfR0-9ej-o?si=2Oi4u_LJxMNHXQf4

Día 2: https://www.youtube.com/live/h97Y1us0_js?si=5vJRCPnHdv116ix6

<https://www.youtube.com/live/K-8WaLKWfBA?si=5QrW38sMtx9juWuE>

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano autónomo encargado de regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones en México, además de ejercer de forma exclusiva las facultades en materia de competencia económica en dichos sectores, de conformidad con el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013.

Coordinación General de Comunicación Social
Insurgentes Sur 1143, Col. Nochebuena,
Benito Juárez. C.P. 03720
Tels. 55 50 15 40 00 ext. 2280 y 4548

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

