



IFT/100/PLENO/OC-ACT/0071/2016

Ciudad de México, a 18 de noviembre de 2016.

JUAN JOSÉ CRISPÍN BORBOLLA
SECRETARIO TÉCNICO DEL PLENO
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
P R E S E N T E.

Por instrucciones del Comisionado Adolfo Cuevas Teja, y para los efectos conducentes, remito a la Secretaría Técnica a su digno cargo, el voto particular formulado por el Comisionado Adolfo Cuevas Teja, respecto del Acuerdo P/IFT/160616/307, mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los **"Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de televisión radiodifundida"**, correspondiente a la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 16 de junio de 2016, respecto del asunto listado en el Orden del Día bajo el numeral III.4, mismo que consta de cuatro fojas.

Sin otro particular, le envió un cordial saludo.

ATENTAMENTE
EL DIRECTOR GENERAL



RODRIGO GUZMÁN ARAUJO MÉRIGO

Voto particular que formula el Comisionado Adolfo Cuevas Teja, respecto del Acuerdo P/IFT/160616/307, mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de televisión radiodifundida, correspondiente al numeral III.4 del Orden del Día de la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 16 de junio de 2016.

Ciudad de México a 18 de noviembre de 2016

Tal y como lo expresé durante la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), es mi convicción manifestar mi oposición respecto de la política pública adoptada en el artículo 7 de los Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de Televisión Radiodifundida (Lineamientos).

Lo anterior, en razón de que no comparto las causas, motivos o razones sobre las cuales se construye esa política pública, que si bien es plausible, a mi parecer contiene aspectos que carecen de una adecuada definición y motivación, tanto en el cuerpo normativo del artículo 7, como en la parte considerativa de los Lineamientos que da pie a ese precepto.

En primer lugar, al hacer referencia a canales "nacionales", "regionales" y "locales" no se determina el alcance que éstos pueden tener para efectos de definir la cobertura, conjunto de población o número de localidades que deben servir, a efecto de que pudieran ser debidamente identificados en alguna de estas clasificaciones. Por lo tanto, a fin de brindar mayor claridad y dotar de certeza jurídica a los concesionarios de televisión radiodifundida, a mi juicio era necesario reflejar en los Lineamientos esos aspectos.

En segundo lugar, me aparto del orden que establece el artículo 7 de los Lineamientos para la asignación de canales virtuales, en virtud de que no coincido ni comparto el mecanismo para dar preferencia a los canales nacionales sobre los canales regionales o locales.

Voto particular que formula el Comisionado Adolfo Cuevas Teja, respecto del Acuerdo P/IFT/160616/307, mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de televisión radiodifundida, correspondiente al numeral III.4 del Orden del Día de la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 16 de junio de 2016.

En este punto, y como lo señalé durante la sesión de Pleno, durante la consulta pública del anteproyecto de Lineamientos¹ se recibieron algunas opiniones en las que, entre otras cuestiones, se manifestó que la identidad de cada canal por sí misma constituye un valor agregado, e incluso, que en varios casos representa la marca de los radiodifusores, y que dicho posicionamiento era y es el resultado de años de esfuerzo en la promoción de un canal, por lo que un cambio en el mismo puede significar un detrimento patrimonial y económico para los radiodifusores.

Por otra parte, durante la consulta pública existieron pronunciamientos en el sentido de que para la asignación de canales virtuales debiera respetarse la identidad local, ganada a través de los años mediante la utilización de la marca ligada al número de canal local y, por otro lado, que en la mayoría de las ciudades donde se recibe el servicio de televisión radiodifundida, los canales locales enfocan su identidad con base en el número de canal de radiofrecuencia en el que transmiten.

Al respecto, cabe señalar que el artículo 2, fracción VI de los Lineamientos se establece:

“Artículo 2.- Para efectos de los Lineamientos, se entiende por:

*VI. Identidad: Conjunto de características de un Canal de Programación, tales como el **nombre comercial, logotipo, programación**, entre otras, que permiten su conocimiento e identificación por parte de las audiencias;*

...” (Énfasis añadido)

¹ Consulta pública disponible en la página del IFT del 21 de diciembre de 2015 al 29 de enero de 2016.

Voto particular que formula el Comisionado Adolfo Cuevas Teja, respecto del Acuerdo P/IFT/160616/307, mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de televisión radiodifundida, correspondiente al numeral III.4 del Orden del Día de la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 16 de junio de 2016.

Y de igual forma, en el artículo 7, se señala:

“Artículo 7.- La UMCA utilizará la información programática y/o comercial con la que cuenta o pueda obtener para definir el Canal Virtual que asignará a cada Concesionario de Televisión Radiodifundida en relación con su o sus Canales de Programación. Los Canales Virtuales serán nacionales, regionales o locales, siguiendo el orden indicado para su asignación y tomando en cuenta para ello la Identidad del Canal de Programación.” (Énfasis añadido)

En ese orden, se desprende que los propios Lineamientos reconocen que la identidad de un canal se conforma, entre otras características, por el **nombre comercial y el logotipo**. Aspectos que, de acuerdo con las manifestaciones referidas, constituyen los elementos bajo los cuales los concesionarios de televisión radiodifundida posicionan sus canales frente a las audiencias.

En esa tesitura, se advierte que la primera parte del artículo 7 de los Lineamientos confirma lo anteriormente señalado, es decir, que para la asignación de canales virtuales, la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales (UMCA) deberá utilizar la información programática y/o comercial, ésta última que comprende el nombre comercial y logotipo.

Sobre el particular, un tema que no es de menor relevancia es el de propiedad industrial, en razón de que algunos concesionarios de televisión radiodifundida han registrado sus respectivas marcas- que incluyen tanto la denominación como logotipo- en torno al canal que utilizan. De tal manera, que las audiencias son capaces de identificar al concesionario de televisión con dicho canal.

Por tanto, a mi entendimiento, no existe una justificación válida para establecer un orden de preferencia en la asignación de canales virtuales como lo prevé la segunda

Voto particular que formula el Comisionado Adolfo Cuevas Teja, respecto del Acuerdo P/IFT/160616/307, mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos Generales para la asignación de Canales Virtuales de televisión radiodifundida, correspondiente al numeral III.4 del Orden del Día de la XVII Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 16 de junio de 2016.

parte del ya citado artículo 7. Más aún, cuando con la aplicación de dicho orden de asignación, podrían ser desplazados aquellos radiodifusores regionales o locales que han venido utilizando un determinado canal como mecanismo de identidad y posicionamiento y, con ello, lejos de beneficiar a sus audiencias podríamos generar confusión.

Por las razones expuestas, reitero mi convicción en manifestar mi disenso por lo que hace a política pública adoptada en el artículo 7 de los Lineamientos Generales para la asignación de canales virtuales, ya que si bien es plausible, no la comparto, pues estaría más por una que reconociera el derecho de aquellos concesionarios de televisión que han venido utilizado por más tiempo un determinado canal como identidad para posicionarse frente a sus audiencias o, incluso, como registro marcario.

ATENTAMENTE,



**ADOLFO CUEVAS TEJA
COMISIONADO**