

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
del 3 de abril de 1981



“LAS GRANDES TELEVISORAS COMO *JUEZ Y PARTE* EN LA POLÍTICA TDT
(2013-2015). MEDIOS DE COMUNICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS
PÚBLICAS EN MÉXICO”.

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN POLÍTICAS PÚBLICAS

Presenta

VÍCTOR ALEJANDRO DE LUCIO MORALES

Directora: Dra. Maira Teresa Vaca Baqueiro

Lectores: Dra. Heidi Jane Smith

Dra. Gabriela Luna Ruiz

Ciudad de México

2018

A mis padres, Elia y Genaro con agradecimiento por su soporte titánico todos estos años. Y a mi hermano Oscar por el ejemplo a seguir.

A los amigos ausentes, por su muy apreciado apoyo diverso y constante:
Laura González† y César Castruita†.

*“A veces tu ausencia forma parte de mi mirada,
mis manos contienen la lejanía de las tuyas
y el otoño es la única postura que mi frente puede tomar para
[pensar en ti.”*
José Carlos Becerra, *El otoño recorre las islas*

Agradecimientos

A la Dra. Maira Teresa Vaca Baqueiro, por su asesoría y acompañamiento a lo largo de la realización de este proyecto. A los profesores Dr. César Velázquez y Dra. Heidi Smith, coordinadores sucesivos de la Maestría en Políticas Públicas por sus atenciones y, junto con la Dra. Gabriela Luna, por sus valiosos comentarios y orientación.

Esta investigación y el proceso de estudios de la maestría también le deben mucho, en mayor y menor medida, a varias personas e instancias que prestaron su ayuda en las diferentes etapas, entre ellas se encuentra especialmente Federico Guerrero Pozos, además de Edgar García, Jesús Palma, Daniela Jiménez, Carisa Alcibar y Avanti Comunicación.

“And I think it a sensation all by itself to walk on your own feet, and staff in hand, along these mysterious paths, amid such beautiful, yet sinister, surroundings, and realize that one is really in the centre of Africa, and a long way from Piccadilly or Pall Mall.”

Winston Churchill, *My African Journey*

“Estar detenido como un ladrón es algo serio... mientras que esta detención de usted... me da la impresión de ser algo muy especial; disculpe si digo tonterías; me da la impresión, decía, de algo muy delicado que no alcanzo a comprender, ciertamente, pero que tampoco está una obligada a comprender.”

Franz Kafka, *El Proceso*

“Si se acusa a alguien se debe oír al acusado. (...) Por lo general, la televisión lleva a las pantallas sólo a quien ataca, al que se agita, de tal modo que la protesta se convierte en un protagonista desproporcionado que siempre actúa sinceramente (incluso cuando se ha equivocado de parte a parte). (...) Sin embargo, el ataque en sí mismo es un ‘visible’ y produce impacto; la defensa, normalmente, es un discurso.”

Giovanni Sartori, *Homo Videns*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1. ORIENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS	18
1.1. Preguntas de investigación y delimitación	19
1.2. Objetivo	21
1.2.1. Objetivos específicos	21
1.3. Método general de trabajo	22
CAPÍTULO 2. POLÍTICAS PÚBLICAS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL: PUNTOS CENTRALES DEL DEBATE ACADÉMICO	23
2.1. Políticas públicas y medios de comunicación	24
2.1.1. Los medios y su papel de informar a la ciudadanía sobre políticas públicas	27
2.1.2. Los medios como corporativos con intereses empresariales y capacidad para alinearse en o conformar por sí mismos grupos de interés	38
2.1.3. Los medios como agentes económicos regulados dentro de un mercado	45
2.2. La comunicación social y su papel dentro del gobierno	50
2.2.1. Algunos conceptos fundamentales sobre comunicación social	51
CAPÍTULO 3. LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO: HACIA UNA AGENDA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL IFT	55
3.1. Contexto nacional de las telecomunicaciones	57
3.2. El IFT: su configuración y comunicación	59
3.2.1. De la CFT a el IFT	61
3.2.2. Las características del IFT y su comunicación social como área clave	65
3.2.2.1 ¿Qué hace el IFT?	66

3.2.2.2. ¿Qué hace la Coordinación de Comunicación Social del IFT?	67
3.2.2.2.1. Esquema de Análisis para una Oficina de Comunicación Social	70
3.3. Características de la Política TDT y su contexto	74
3.3.1. Relevancia de la Política TDT	79
1) relevancia por garantías y vínculo con el desarrollo humano	
2) Relevancia por beneficios estimados	
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA IMPLEMENTADA SOBRE LA POLÍTICA DE TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT)	87
4.1. Diseño y características de las herramientas de análisis	88
4.2. Resultados del análisis: Análisis sobre la Tabla de Seguimiento	91
4.2.1. Periodo noviembre-diciembre 2015 en impresos. Cierre de política TDT: Ponderación de tono y subtemas	92
4.2.2. Periodo noviembre-diciembre 2015 en impresos. Cierre de política TDT: Frecuencias de publicación en medios y periodistas	94
4.2.3. Periodo mayo-junio 2013 en impresos. Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: Ponderación de tono y subtemas	95
4.2.4. Periodo mayo-junio 2013 en impresos. Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: Frecuencias de publicación en medios y periodistas	97
4.2.5. Periodo mayo-junio 2013 en audiovisuales. Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: características comunes de la información transmitida por televisión y su análisis	99
4.2.6. Periodo noviembre-diciembre 2015 en audiovisuales. Cierre de política TDT: características comunes de la información transmitida por televisión y su análisis	104
4.3. Resultados del análisis: Análisis del Mapa de Actores	112
4.3.1. ¿Quiénes son los actores del caso TDT?	114
4.3.2. Hallazgos sobre los actores en general y el escenario que enfrentó la política TDT	115
CAPÍTULO 5. COMENTARIOS FINALES Y DISCUSIÓN	121
5.1. Sobre las campañas de presión en los medios y la implementación de políticas públicas: aprendizajes y herramientas	128

5.2. Hacia una agenda de futuras investigaciones sobre medios, opinión pública y políticas públicas	131
5.3. Hacia una agenda de comunicación social para el IFT	133
FUENTES	136
ANEXOS	148
ANEXO I. Tabla de seguimiento de noticias sobre la política TDT: Periodo I – mayo a junio 2013, y Periodo II – noviembre a diciembre 2015	149
ANEXO II. Mapa de Actores: política TDT: Periodo I – mayo a junio 2013, y Periodo II – noviembre a diciembre 2015	168
ANEXO III. Transcripciones de materiales periodísticos aparecidos en televisión: Periodo I – mayo a junio 2013, y Periodo II – noviembre a diciembre 2015	170
ANEXO IV. Transcripción completa de entrevistas a Edgar García, Coordinador General de Comunicación Social; y a Ángel Huerta, Jefe de Departamento de Prensa, del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)	197

INTRODUCCIÓN

Desde una perspectiva multidisciplinaria y con una orientación práctica, este trabajo analiza el caso específico de la política para la transición a la televisión digital terrestre (política TDT), en su etapa de implementación, la cual recayó en el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), y alrededor de la cual se manifestaron posturas públicas, directas e indirectas, a favor y en contra, por parte de diversos actores, que fue posible documentar a través de sus publicaciones en medios de comunicación.

Como se detallará en capítulos posteriores, el sector telecomunicaciones en México es importante para el gobierno federal, debido a su contribución a las finanzas públicas, su capacidad de crecimiento y atracción de inversión dentro y fuera del país; derivado de esta importancia se gestó la más reciente reforma al sector, procurando estimular sus atributos y eficiencia.

De forma complementaria, es un sector en el que las empresas que lo conforman han visto la oportunidad de reforzar y diversificar sus participaciones: las que tradicionalmente operaban telefonía, hoy quieren y participan en la transmisión de contenidos audiovisuales, y quienes tradicionalmente se dedicaban a las transmisiones de radio y televisión ahora participan en otros segmentos de las telecomunicaciones. Ya existían muchos intereses corporativos por mantener sus posiciones, ahora se incrementan en función de su expansión, por no mencionar los antecedentes históricos de las relaciones entre medios y gobierno mexicanos.

Dentro de este contexto sectorial, político y corporativo se formuló la política TDT, cuyas características y atributos también se detallan más adelante en este trabajo (Capítulo 3, sección 3.3.). De forma introductoria, se puede comentar que lograr dicha transición tiene relevancia en niveles tecnológicos y económicos, en ocasiones interrelacionados, y que cruzan transversalmente a los diferentes agentes económicos del país.

En términos tecnológicos se considera la provisión de una mejor calidad de señal en la televisión abierta, con valores agregados como la conectividad a servicios en línea y acceso a contenidos adicionales; beneficios que llegan directamente a los hogares y oficinas de los usuarios.

En materia de administración del espectro radioeléctrico, se liberan las frecuencias de la banda de 700MHz, lo cual permitirá su uso para proveer una mayor cobertura de redes de telefonía e internet, y la posibilidad de disminuir costos en servicios de este tipo.

Derivado de lo anterior, se tiene también la posibilidad de asignar un mayor número de estaciones, lo cual pudiera derivar en fomento a la competencia con la entrada de nuevos participantes al mercado. Se considera que un mayor número de canales también podría fragmentar las audiencias y con ello estimular un cambio en los modelos actuales con que los medios audiovisuales obtienen sus ingresos, cambio que podría impactar directamente a las televisoras.

Como un punto adicional en lo que se refiere a la relevancia de la política TDT, se consideró en este trabajo el cumplimiento de garantías que la transición ofrecería a la ciudadanía: derecho a la información, libertad de expresión, una mejor administración de recursos de la nación, y acceso a tecnologías de la información.

De los diferentes elementos que conforman la relevancia de la transición a la televisión digital terrestre, es posible, para fines de esta introducción, aglutinarlos en dos campos: 1) *acceso*, en el terreno de los *usuarios* en general, y 2) *competencia*, en el terreno de *permisionarios y concesionarios* de telecomunicaciones. El presente análisis no consideró hacer una investigación en lo correspondiente a los usuarios, más bien se enfoca en los permisionarios y concesionarios, los medios como empresas reguladas ejerciendo presión y, al mismo tiempo, fungiendo como proveedores de información.

De ahí la analogía expresada en el título de este trabajo: “las grandes televisoras como juez y parte”; no se trata de que los medios en telecomunicaciones sean propiamente *jueces*, se trata de que simultáneamente forman parte, como dueños, de un sistema de medios, y como tales influyen en la cobertura informativa que se da a las políticas públicas y en especial a aquellas orientadas a regularlos.

Literatura revisada en el presente trabajo, consigna que las decisiones de gobierno, así como pueden beneficiar a un segmento de la población, pueden afectar a otro; efecto por el cual se puede esperar que exista apoyo y/u oposición. La población que percibe o de hecho recibe una afectación negativa, es de la que se esperaría una manifestación de oposición, ya sea que se exprese de forma individual o en grupos organizados.

Una movilización proveniente de grupos de interés busca llamar la atención del tomador de decisión (funcionario, institución), e influir en la política pública a través de recursos materiales, financieros, intelectuales y capacidad de organización con que cuente para conducir la política en cuestión hacia su modificación, obstaculización o desaparición.

En el caso de la política TDT era previsible que, a pesar de que la autoridad difundiera los beneficios de aquella (tecnológicos, económicos, financieros, sociales), se realizaran manifestaciones de posturas a favor o en contra de su implementación, tal vez más *en contra*; retomando las dos nociones planteadas arriba: 1) que los *usuarios* percibieran erróneamente a la política como un obstáculo a su derecho de *acceso* a canales de televisión abierta, derivados del cambio tecnológico (no poder ver su programación preferida); o 2) que determinados *permisionarios* y *concesionarios* de televisión abierta vieran afectados sus intereses corporativos, al enfrentar un cambio tecnológico y un nuevo escenario con posibilidad de mayor *competencia* (una modificación a su *statu quo*). Esta segunda previsión es en la que se concentra este trabajo.

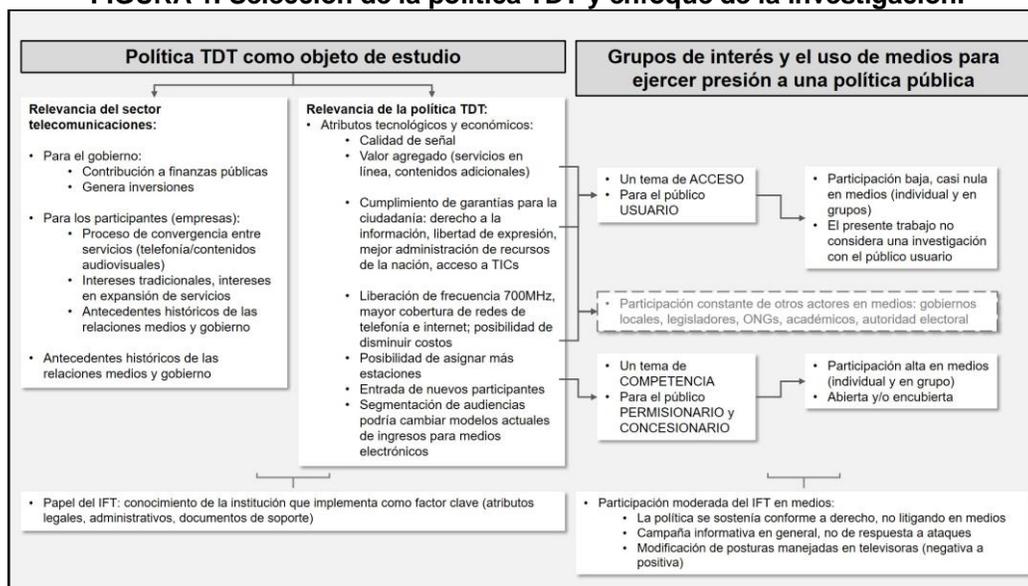
El presente documento pretende enfocarse en analizar la forma en que ciertos agentes económicos, las dos grandes televisoras del país, se habrían manifestado, individualmente o como grupo, directa o indirectamente, a través de los medios de comunicación, para generar presión en la arena de la opinión pública contra una determinada política (TDT); así como señalar algunos efectos y peculiaridades encontradas en este proceso de estudio.

Adicionalmente el caso de la política TDT permitía:

- La posibilidad de recopilar la información de carácter público y verificable, algo que se dificultaba con otros ejemplos como: licitaciones de nuevas señales, determinación de *preponderancia*, detección de fallas de mercado y aplicación de sanciones derivadas de la anterior; acciones donde el cabildeo y la toma de decisión puede implicar procesos no abiertos al escrutinio público (como se refiere en la Figura 1, la información aparecida en medios y sus atributos).
- La cercanía con la fecha de conclusión de la transición (diciembre 2015) y el carácter *inevitable* en su cumplimiento; aspectos difíciles de encontrar en otras políticas públicas que pudieran extender su implementación por tiempo indefinido.
- La posibilidad de acceder a información sobre la institución a cargo de su implementación, de forma documental (documentos públicos), para conocer sus características administrativas y legales, mediante lo cual entender y explicar su procedimiento y participación.

En lo que se refiere al contenido del presente trabajo, el primer capítulo se dedica a exponer los alcances y objetivos de la investigación, así como los planteamientos metodológicos básicos, que se verán detallados, complementados e implementados en los siguientes apartados.

FIGURA 1. Selección de la política TDT y enfoque de la investigación.



Elaboración propia.

El segundo capítulo contiene una revisión de la literatura concerniente al papel que realizan los medios de comunicación en las políticas públicas, partiendo del precepto de que los medios juegan no uno, sino diversos papeles dentro del ciclo de toma de decisiones gubernamentales, como son: el de informar a la ciudadanía, el de comportarse como corporativos con intereses empresariales y por lo tanto capacidad para alinearse en o conformar por sí mismos grupos de interés, y ser agentes económicos regulados dentro de un mercado.

Como parte complementaria, este mismo capítulo contiene conceptos sobre comunicación y cómo se manifiesta ésta en las labores de gobierno y su interacción con la sociedad; junto a estos, también se procuró delinear las características deseables de la llamada *comunicación social*.

El tercer capítulo desarrolla el contexto del sector telecomunicaciones en México, haciendo un repaso de su magnitud y aspectos relevantes, así como algunas características propias de la industria nacional. Parte de este contexto consiste en

entender una de las instituciones que lo encabeza y regula: el Instituto Federal de Telecomunicaciones o IFT.

Es por ello por lo que en este capítulo también se abunda en las características del IFT, y su transformación dentro de los esfuerzos para reforma al mismo sector. Describir las funciones del instituto y sus atribuciones legales, abren una ventana para entender cómo puede, y de hecho interactúa, con su público objetivo fundamental: los agentes económicos que regula.

Dado que un segmento de sus regulados, las televisoras, tienen capacidades para informar a la opinión pública, al describir al IFT y sus funciones también se analiza a su Coordinación de Comunicación Social partiendo de: entender el objeto y labor que realiza la misma organización, para detallar posteriormente las funciones de dicha Coordinación, en la difusión de una política pública en particular, como lo fue la que guio la transición a la televisión digital terrestre.

El último componente de este tercer capítulo es la descripción y características de la política TDT, su función, los involucrados y sus responsabilidades, así como la orientación de los beneficios que se estimaron para su implementación: su relevancia para el desarrollo humano y los beneficios económicos estimados que estaría generando; así como especificar el papel de la comunicación social en su faceta de factor clave en la implementación de dicha política.

El cuarto capítulo inicia con el diseño de dos herramientas de análisis para el presente trabajo: una Tabla de Seguimiento a Información Publicada en Medios, y un Mapa de Actores; con los cuales determinar qué matices tuvo la cobertura informativa de la política de interés en medios de comunicación selectos; identificar qué instancias individuales, grupales o institucionales se manifestaron; y poder estimar las repercusiones que esta cobertura y estos actores habrían tenido en la implementación de la política. En éste se encuentra que las acciones *de* los medios y *en* los medios no detuvieron dicha implementación, ni lograron detonar una movilización social.

Finalmente, en el quinto capítulo se consigna una serie de comentarios y reflexiones finales, sobre las cuales generar una discusión acerca de los hallazgos y sus posibles repercusiones, tanto para el caso específico en cuestión como para el estudio de políticas públicas en general, utilizando herramientas de análisis como las que se proponen en este trabajo, en tanto forman parte de criterios de viabilidad política y opinión pública.

Por mencionar brevemente algunos hallazgos:

- Sí se encontró evidencia de una campaña de presión por parte de las televisoras.
- Se detectaron algunas características de las publicaciones o *modus operandi* de la campaña de presión.
- Se encontró también un giro en las posturas de las televisoras analizadas y se reflexiona sobre las posibles causas que generaron esta situación.

Más adelante, en este capítulo, se discuten algunas líneas sobre los aprendizajes: *genéricos*, aplicables a cualquier tipo de política pública; y *específicos*, aplicables sólo a situaciones similares a la política TDT.

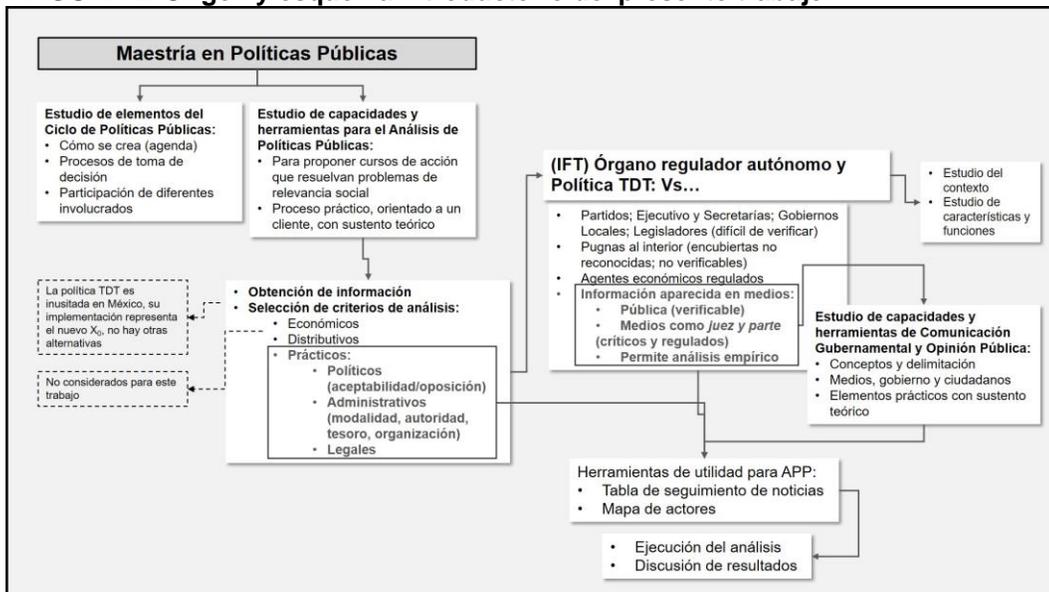
Los elementos genéricos, consideran el uso de herramientas como la tabla de seguimiento y mapa de actores, así como el análisis organizacional, para ayudar, acompañar y/o reforzar los llamados criterios de viabilidad política (aceptabilidad-oposición) y/o administrativos (nodalidad institucional) para un análisis de política pública vigente o futura. Mientras que los elementos específicos se enfocan a distinguir brevemente la política TDT de otros tipos de política pública.

Para cerrar esta introducción se puede comentar que esta investigación surgió de inquietudes manifestadas en materias como Análisis de Políticas Públicas, Política y Políticas Públicas, y Comunicación Social y Opinión Pública, pasando por reflexiones sobre el uso que se puede dar a la información que publican los medios de

comunicación, sus ventajas y carencias para generar un análisis; hasta cavilaciones sobre su papel en la toma de decisiones y por tanto en el juego democrático. Es decir, cómo fungen en tanto recurso de análisis y a la vez partícipes en el ciclo de las políticas públicas.

Como se ilustra en la Figura 2, en este trabajo de investigación se procuró extraer elementos concretos de las asignaturas mencionadas: por un lado, la visión de los criterios prácticos para el análisis de política pública (políticos, administrativos, legales); complementados con algunas herramientas provenientes del estudio de la comunicación gubernamental, que permitieran analizar la interacción entre medios de comunicación y políticas públicas.

FIGURA 2. Origen y esquema introductorio del presente trabajo.



Elaboración propia.

En ese mismo sentido, la investigación pretende estar orientada en criterios razonados y analíticos, en oposición a la aplicación de políticas públicas que respondan a intereses particulares y que no son dirigidas a resolver problemáticas sociales; pero también, este documento reconoce que todos los agentes económicos, en tanto ciudadanos, pueden participar en la agenda pública, buscar influir en el proceso de toma de decisión, aunque en muchas ocasiones la calidad de su participación no sea

determinada por representar una causa social o la legitimidad de esta misma sino, como el caso que se pretende analizar a continuación, de una red de intereses y del poder con que se cuenta.

CAPÍTULO 1. ORIENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

Dada la relevancia con que cuenta el sector telecomunicaciones (como se comenta brevemente en la introducción, y se detalla en el Capítulo 2), así como los intereses que ahí pueden existir e interactuar, el desarrollo de su contexto mediático puede llegar a ser muy complejo.

El uso de medios de comunicación para influir en la toma de decisiones en el sector que interesa a este trabajo puede generar una gran cantidad de información circulando diariamente, un amplio número de periodistas dando seguimiento a sus temas y con diferentes niveles de cobertura, desde declaraciones hasta reportajes de fondo; dentro de lo cual se mezcla información fidedigna con datos tergiversados o el intento por incidir en la opinión pública para apoyar determinados intereses.

El estudio de estos componentes y sus posibles efectos también es una labor compleja, pero necesaria, ya sea para complementar un diagnóstico de política pública o argumentar una estrategia de comunicación para la interacción de una institución con la opinión pública. Atendiendo a esta inquietud inicial y la necesidad de emprender un esquema de análisis que muestre su utilidad a corto plazo, es que se definió la siguiente orientación y delimitación.

1.1. Preguntas de investigación y delimitación

Conforme a la revisión de la literatura realizada para el presente trabajo (presente en el Capítulo 2), se ha establecido que los medios de comunicación tienen diferentes funciones y formas de manifestarse en la sociedad. Para efectos del análisis de políticas públicas y de esta investigación se consideran tres: 1) son proveedores de información (noticiosa y entretenimiento); 2) son empresas con intereses individuales y gremiales (capacidad de actuar como grupo de interés contra actores de la iniciativa privada o de gobierno); y 3) son objeto de regulación.

Esas tres características conviven en la relación (de influencia) de los medios de comunicación respecto de las políticas públicas, ya sea que estas tengan alguna injerencia para el contexto de los medios (les afecten directamente) o que sólo se traten de políticas orientadas a otros sectores y agentes económicos de la sociedad.

Considerando tanto la mencionada importancia del sector de las telecomunicaciones para el país, como la capacidad de influencia que se le atribuye a los medios a través de sus tres características, este trabajo busca retomar un caso de política pública (TDT), a través del cual se pueda observar una campaña de presión generada por medios específicos.

Algunas preguntas que se establecieron para comenzar la investigación de este tema fueron:

- ¿Cuál es la relación práctica entre los medios de comunicación y las políticas públicas; ya sea durante el llamado ciclo de políticas públicas o específicamente durante la fase de implementación?
- ¿Cuáles son las características de la posible campaña de presión y si dentro de esas características está la repercusión en la opinión pública?
- ¿La política TDT recibió presión por parte de los medios y habría derivado esta en algún tipo de acción por parte de algún tipo de opinión pública?
- ¿Cuáles pudieran ser las herramientas que permitan: determinar la existencia de una posible campaña de presión contra la política TDT y desarrollar un análisis de ésta?

De esta forma se establece como una hipótesis de trabajo determinar si, dentro de la información publicada en medios selectos (impresos y audiovisuales), existió una campaña contra la política TDT, en la que posibles actores o grupos de interés (las mismas televisoras) estuvieran participando con la intención de aplazar o incluso detener la implementación de dicha política, al ver amenazados sus intereses (la modificación de su *statu quo*) por los efectos que implica este cambio tecnológico en México.

Queda fuera de este planteamiento el público usuario, no sólo porque no se realizó alguna observación en campo de sus reacciones ante la política TDT (sólo se consignaron las aparecidas como publicaciones en medios), sino también porque, como se analizará en los resultados, sus manifestaciones fueron pocas o nulas. De forma similar, actores como gobiernos locales y legisladores no fueron considerados como participantes notables. El estudio de estos dos tipos de públicos y sus reacciones a la política mencionada podría ser objeto de futuras investigaciones.

Los periodos seleccionados para analizar la información publicada en medios fueron, por un lado: mayo y junio del 2013, por ser el momento en que inició la implementación de la política de interés en México, y cuando se dieron algunos de los señalamientos más contundentes en su contra (e incluso aquí se logra un aplazamiento); y, por otro lado: noviembre y diciembre del 2015, por ser el lapso de cierre, dictaminado por la ley y por ser inaplazable.

1.2. Objetivo

El objetivo que se estableció es: presentar un análisis crítico sobre la información recopilada en medios de comunicación que diera evidencia o ausencia de una campaña de presión, por actores o grupos de interés (los mismos permisionarios y concesionarios de servicios de telecomunicaciones) en contra la política TDT, para detenerla o aplazarla; y las características que habría tenido dicha campaña.

1.2.1. Objetivos específicos

Para apoyar la realización del objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos, procurando atender los diferentes aspectos que era necesario cubrir:

1. Identificar un marco teórico que permita definir: comunicación social y su razón de ser en el gobierno y aspectos de su uso para el estudio de políticas públicas y ciclo de políticas públicas.

2. Describir las características de la política TDT y del organismo autónomo encargado de su implementación, el IFT, para establecer sus capacidades y delimitaciones.
3. Analizar el tratamiento mediático dado a la política TDT.
4. Generar y analizar un mapa de actores relevantes y grupos de interés, de acuerdo con sus posturas públicas aparecidas en medios de comunicación respecto a la política TDT y, por asociación, al IFT.

1.3. Método general de trabajo

Por las características mencionadas sobre el trabajo que se desea alcanzar, se considera que el tipo de investigación debe ser descriptivo: recopilar información para ser analizada y que sus resultados puedan ser útiles a manera de diagnóstico, partiendo del supuesto de que se puede cambiar una situación para mejorarla. Aunque en este trabajo no se pondrán los resultados a prueba, se pretender mostrar los signos y los síntomas para detectar errores y alternativas para corregirlos.

Para ello se utilizaron: 1) revisión documental tanto de leyes y decretos del sector telecomunicaciones y del IFT, como de la literatura pertinente para elaborar el marco teórico y dar contexto a la situación que se desea analizar; 2) trabajo de campo bajo el método de entrevista a informantes clave semiestructurada, para obtener información complementaria que no se encontrara explícita en alguna documentación, así como opiniones específicas sobre el ejemplo a analizar; y 3) seguimiento de notas en medios impresos sobre el tema ejemplo (política TDT), sobre el cual realizar el análisis pertinente.

**CAPÍTULO 2. POLÍTICAS PÚBLICAS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Y COMUNICACIÓN SOCIAL: PUNTOS CENTRALES DEL DEBATE
ACADÉMICO**

2.1. Políticas públicas y medios de comunicación

El análisis de que los medios de comunicación tienen un papel en las políticas públicas, así como el correspondiente a la intervención de diversos grupos sociales en el ciclo de dichas políticas son temas que se analizan recurrentemente desde diversas disciplinas y por tanto múltiples enfoques. Esa diversidad de enfoques hace que cualquier investigación que procure recopilar literatura para abarcar ambos pilares (medios y políticas públicas), se enfrente a una diversidad de conceptos que en apariencia inicial pudieran parecer dispersos.

El presente trabajo, como ya se mencionó anteriormente, investiga una potencial campaña contra la política TDT, en la que posibles actores o grupos de interés (las mismas televisoras) estuvieran participando con la intención de aplazar o incluso detener la implementación de dicha política, al ver amenazados sus intereses (la modificación de su *statu quo*) por los efectos que implica este cambio tecnológico en México.

Dicho de otra forma, se parte del precepto de que los medios de comunicación juegan diversos papeles o funciones dentro del ciclo de políticas públicas, como son: el de informar a la ciudadanía; el de comportarse como corporativos con intereses empresariales y por lo tanto capacidad para alinearse en o conformar por sí mismos grupos de interés; y de ser agentes económicos regulados dentro de un mercado.

Se puede intuir que los medios pueden combinar uno o dos de dichos papeles de forma simultánea, dependiendo del tipo de política (salud, educación, medioambiente, desastres naturales) y el involucramiento de otros actores (empresarios, políticos, sociedad). Lo interesante del presente trabajo, que considera a las grandes empresas de televisión abierta y la implementación de la política TDT en México, es que se tiene un caso donde dichas televisoras habrían manifestado simultáneamente los tres

papeles mencionados en el párrafo anterior, buscando influir en la opinión pública y presionar a la autoridad reguladora.

TABLA 1. Políticas públicas y medios de comunicación.¹

¿CÓMO INFLUYEN LOS MEDIOS EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?	
Función que desempeñan los medios	Cómo opera la función (acción, proceso, recurso)
Informar a la ciudadanía	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos informativos presentes a lo largo de todo el ciclo de política pública. • Informan a élites de gobierno. • Pueden influir en actitudes de ciudadanos. • Proveen datos sobre una política (a favor, en contra o con neutralidad). • Pueden manifestar la respuesta de la ciudadanía. • La información publicada puede ser usada por cualquiera de los involucrados (identificación de actores y sus posturas, registro de datos, etc.). • Se da por hecho que siempre existe un sesgo informativo (fallas de los medios intencionales o por las características de su operación). • Los medios no tienen capacidad y/o intención de otorgar una distribución proporcional a sus coberturas informativas (una política, a pesar de su relevancia, puede ser ignorada o ser opacada por otra información). • Se da por hecho que la información es motivo de competencia entre los medios (exclusividad, oportunidad).
Actuar como Corporativos y Grupos de Interés (dinero, coacción, información, ideología)	<p>En tanto corporativos y grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manifestación de intereses individuales (una sola empresa) o en coalición (varias empresas en grupo o grupos dentro de su mismo sector). • Capacidad de coalición con empresas de diversos sectores que no son telecomunicaciones. • Capacidad de coalición y/o atracción de políticos (apoyo en campañas electorales). • Capacidad de coalición y/o atracción de funcionarios de gobierno (apoyo mediático, beneficios). • Formación de cuadros dentro de la administración pública (directivos vueltos funcionarios públicos). • Capacidad de atracción de otros actores sociales (think-tanks, academia, ONG's) que les otorguen respaldo ideológico. • Capacidad para realizar cabildeo legislativo. <p>En tanto dueños de los medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso del sesgo informativo de forma activa (a favor de sus intereses). • Uso de cobertura para atacar o apoyar una política determinada y a los funcionarios que la encabezan; así como estimar o desestimar a la ciudadanía involucrada. • En coalición, los medios no compiten por la información, sino que comparten posturas similares o una misma, acorde a sus intereses corporativos.
Ser Objeto de Regulación	<ul style="list-style-type: none"> • Reacción ante diversas regulaciones de diversos ámbitos: electoral, publicitario, informativo, profesionalizante, económico y de telecomunicaciones. • Liderazgo constante para impulsar sus intereses ante regulación vigente y posibles regulaciones adicionales. • Usufructo de desequilibrio de poder entre autoridad reguladora y operadores de telecomunicaciones. • Usufructo de su poder para articular demandas: disponibilidad de múltiples recursos para atajar la vía legal y si es posible influir en el marco legal y regulatorio mediante contactos y relaciones dentro de la autoridad. • Tendencia a anteponer sus intereses corporativos a los de la ciudadanía. • Capacidad de coalición con empresas o grupos de su mismo sector (cuando hay objetivos comunes). • Rivalidad con empresas o grupos de su mismo sector (cuando hay competencia). • Uso de otros actores sociales (think-tanks, academia, ONG's) para obtener respaldo ideológico. • Uso de mensajes mediáticos (sensacionalistas, no legales ni técnicos) para atraer cobertura sesgada a favor de sus intereses. • Flanqueo informativo de la comunicación social que genere el órgano regulador, en lugar de fungir como puente con la ciudadanía. • Capacidad de reacción por parte de los periodistas, no de los medios, al ver afectados sus intereses profesionales: libertad de expresión, ética, acceso a la información.

Elaboración propia.

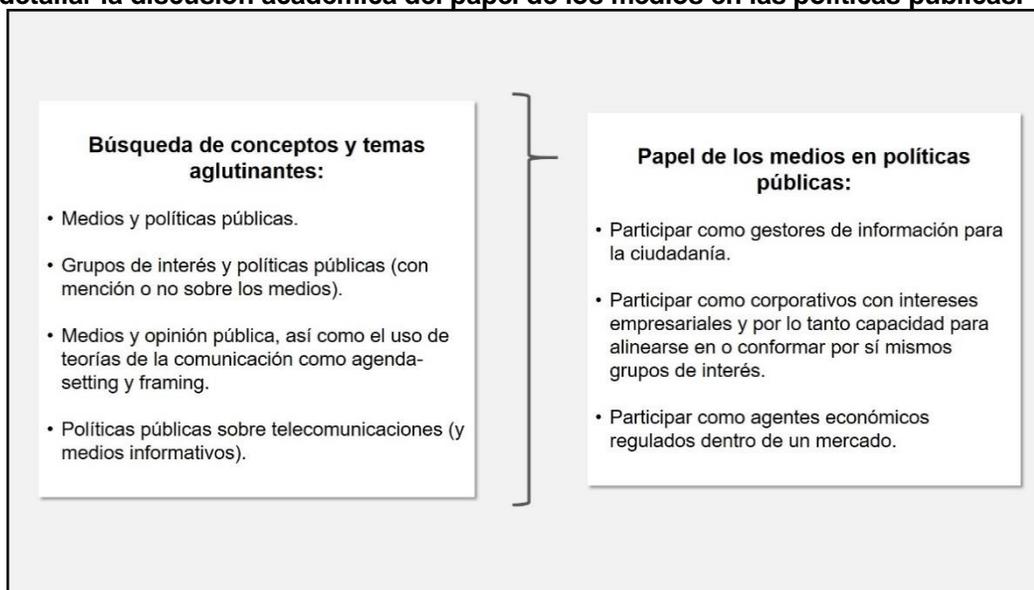
¹ Cabe reflexionar en esta tabla que las tres funciones que desempeñan los medios pudieran aplicar sólo al caso de la política TDT, donde se aplicó una regulación a medios audiovisuales. Sin embargo, pueden existir otras políticas públicas en las que los medios sean objeto de regulación, ya sea en el sector telecomunicaciones o fuera de éste (medios impresos, cine); también los medios pueden ser regulados en aspectos de profesionalismo, ética y acceso a la información, como se menciona en la misma tabla; y finalmente pueden y están sujetos a una regulación aplicable a cualquier empresa. Dicho de otra forma, la tabla procura listar, detalles más detalles menos, la relación entre políticas públicas y medios, si bien atendiendo un caso específico, también manteniendo un perfil extrapolable a lo general.

Para no quedar en el terreno intuitivo y tener a la mano bases académicas sólidas, se realizó una revisión de la literatura mediante la cual fuera posible integrar en esta investigación discusiones, conceptualizaciones y apreciaciones previas, para sustentar la actuación de los medios en alguna de las tres facetas mencionadas o inclusive en las tres simultáneamente.

Cabe señalar que la fase de búsqueda de literatura se organizó mediante un listado de temas aglutinantes que permitiera acceder a contenidos multidisciplinarios:

- Medios y políticas públicas.
- Grupos de interés y políticas públicas (con mención o no sobre los medios).
- Medios y opinión pública, así como el uso de teorías de la comunicación como *agenda-setting* y *framing*.
- Políticas públicas sobre telecomunicaciones (y medios informativos).

FIGURA 3. Organización de la búsqueda conceptos y temas aglutinantes para detallar la discusión académica del papel de los medios en las políticas públicas.



Elaboración propia.

Con lo anterior se pudo disponer de diversos enfoques sobre las interacciones entre “políticas públicas y medios”, y evitar una acotación directa al estudio de “opinión pública”, lo cual hubiera dejado fuera, por ejemplo, aspectos interesantes para

entender a los medios como empresas de telecomunicaciones y actores con intereses de negocio.

2.1.1. Los medios y su papel de informar a la ciudadanía sobre políticas públicas

Este componente de la segmentación propuesta para retomar las diversas discusiones académicas es tal vez la más extensa, ya que combina el lugar y/o papel que ocupan los medios en el ciclo de política pública, su labor informativa y capacidades iniciales para generar influencia (entre la opinión pública y los tomadores de decisión), así como también teorías selectas y métodos para estudiar los efectos de los medios en la opinión pública. A continuación, se procura dar lugar a cada uno de los subtemas mencionados en el orden mencionado.

Por un lado, tenemos que los medios realizan un *proceso informativo*, de acuerdo con Jones y Wolf (2007). En este enfoque los vínculos entre medios y las políticas públicas se da en relaciones no-lineales, esto es que no existe una sola vía ni un solo momento de interacción, sino que son sensibles al contexto del país (un enfoque previo sería que sólo existe una ruta de interacción para participar e influir). Para estudiar dicho enfoque, estos autores desmenuzan cuatro teorías de la comunicación usadas para determinar qué efecto generan los medios en diferentes actores y momentos de la política pública: *influence theory*, donde los medios indican al político en qué pensar; *agenda setting theory*, cuando los medios dicen a políticos qué pensar; *indexing theory*, los políticos diciendo a los medios sobre qué escribir; y *detection theory*, donde políticos y medios luchan para identificar, caracterizar y priorizar múltiples y complejos flujos de información (Jones y Wolf, 2007, p.1).

Estos autores subrayan que la forma en cómo se presenta la información (llamada por los autores *driver* o *conductor*) también tiene relación con el proceso informativo y que, de las opciones manejadas por los medios, el *conflicto* es el *conductor* preferido por sus características: permite utilizar a las élites políticas en pugna por el poder como fuente de información, lo cual llama la atención del espectador común, así como de las

mismas élites. Cuando se usa el conflicto, señalan los autores, los temas consignados como noticias desaparecen de la agenda pública (pierden interés del medio y del público) cuando las élites dejan de confrontarse y no cuando un problema es resuelto en los hechos (Jones y Wolf, 2007, p.3).

El peso que tiene el contexto de un país (sistema político, situación social) para definir la función de los medios y políticas públicas, como señalan Jones y Wolf, también ha sido estudiado por Baum y Potter (2008) quienes analizan la opinión ciudadana con relación específicamente a cómo se comportan ante la política exterior en sistemas democráticos, y coinciden en que los medios realizan un papel relevante en asuntos para los que los ciudadanos han demostrado gran sensibilidad, como son las políticas internacionales. Bajo estas circunstancias, los autores han encontrado que los medios moldean actitudes de los ciudadanos al mismo tiempo que proveen información a las élites de gobierno, y dan evidencia de que la influencia que pueden ejercer los medios, nuevamente, no es lineal (no hay una única forma de influir ni un efecto único).

Una de las funciones más estudiadas sobre los vínculos entre medios y políticas públicas es el *establecimiento de agenda*. Hughes (2010) explora la capacidad de los medios para dicho establecimiento dentro del ciclo de política pública, lo cual describe de la siguiente forma: pueden generar una respuesta ante situaciones de crisis (por ejemplo, un desastre natural); pueden revelar actores (encubiertos o semi-encubiertos) y sus motivaciones respecto a una política; pueden dar cobertura positiva o negativa a una decisión de gobierno (y las implicaciones que cada una genera).

De acuerdo también con Hughes (2010), la función de los medios es informativa y aplicable a diversas etapas del ciclo de políticas públicas, y no sólo para generar una agenda que inicie la discusión de un problema; pero también revela que los medios, derivada de su labor informativa, cuentan con un poder al cual pueden acudir para atender sus intereses (como se verá en el siguiente apartado relativo a grupos de interés), para lo cual es fundamental estudiar el sistema político y no sólo medios y políticas.

La autora señala también, que en años recientes se ha gestado una adopción de técnicas y objetivos derivados del estudio de la opinión pública (comunicación estratégica y gestión de noticias) por parte de la consultoría que se ofrece a los responsables de políticas públicas en Latinoamérica, lo cual no deja de ser de interés para este trabajo en el que, precisamente, se propone un enfoque de uso de herramientas comunicacionales.

Soroka, Lawlor, Farnsworth y Young (2012) coinciden con los autores anteriores al señalar que hay dos enfoques para estudiar la influencia de los medios en la hechura de políticas públicas: el formato tradicional que se centra en el establecimiento de agenda al inicio del ciclo de política pública, básicamente para comunicar que existe un problema; y el enfoque más reciente, y que proponen estos autores, que considera que la influencia de los medios se da a lo largo de todo el ciclo.

Para Soroka et al. (2012), los medios cumplen diversas funciones: atraer atención sobre *actores* de una política; ayudar, instigar u *obstaculizar* una política; informar al público sobre acciones de gobierno y transmitir al gobierno actitudes del público (como se verá en este trabajo al conceptualizar *comunicación social*). Por lo anterior, las teorías idóneas para analizar la influencia de los medios serían el establecimiento de agenda y encuadre.

Los autores consideran que el papel de los medios en las políticas públicas puede hacerse visible al criticar la naturaleza y tono del contenido mediático (campo que habitualmente se estudia desde la Comunicación Política). Con ello es factible establecer un criterio de *fallas de los medios*, derivadas de: sus normas internas, por ejemplo, cómo opera una *redacción* (entendida ésta como el lugar en el que se toman las decisiones editoriales y se redacta el material informativo); la reacción de un medio y su periodista ante la complejidad de un tema (no es lo mismo atender un discurso oficial, a tener que interpretar un tema técnico o científico); el desvío o sesgo derivado de interpretar un tema político; la temporalidad de largo plazo, inherente a las políticas

públicas, contra el corto plazo, inherente a la cobertura mediática (los medios no dedican mucho espacio-tiempo a cubrir políticas públicas). Para ejemplificar sus observaciones, los autores utilizan casos de políticas públicas sobre el medio ambiente (Soroka et al., 2012, pp. 1-15).

Olper y Swinnen (2013) se centran en la información que proveen los medios y cómo podría tener ésta un efecto en las políticas públicas. Para los autores, estudiar la información permitiría identificar a quién beneficia determinada política, así como los incentivos que tienen los medios para reportar la información (para informar al público o para interactuar con las fuentes de gobierno).

Por otro lado, estos autores consideran que la *competencia entre medios* induce sesgos en lo que informan, la cual se presenta como: la competencia por grupos de anunciantes; el comportamiento de los anunciantes como grupos con riqueza (la cual incentiva el interés de los medios); y el interés de los anunciantes por atraer a grupos de consumidores que son usuarios de los medios. Dentro de esta cadena, el comportamiento de los medios, el sesgo informativo, es lo que representa un punto sensible para la opinión y políticas públicas, pues lo que se beneficia es un interés comercial y no el interés público, ni siquiera la discusión sobre decisiones de gobierno (Olper y Swinnen, 2013, pp. 5-40).

Ardanaz, Corbacho y Ruiz-Vega (2014), retoman la relación entre los medios y la implementación de políticas públicas cuando realizan un análisis en materia de la percepción y la realidad sobre la criminalidad en Colombia. Entran de lleno al análisis de la práctica de políticas y mediante resultados empíricos concluyen que informar a la ciudadanía sobre una política pública mejora la percepción de seguridad y efectividad de la misma política, aunque esta actividad no logra impactar también a las personas que presentan una tergiversación profunda; además encuentran que el efecto de informar disminuye con el paso del tiempo, por lo que una recomendación genérica es que la labor informativa se mantenga de forma continua.

Russell, Dwidar y Jones (2016) proponen retomar y reforzar el análisis de los medios en las políticas públicas desde la academia, e inician por criticar a los académicos de política pública por dejar de lado el papel de los medios y limitarlo sólo a la visión de establecimiento de agenda: los efectos conocidos en establecer las prioridades temáticas y las dinámicas de atención en un sistema político.

En contraparte, los autores proponen impulsar las investigaciones colaborativas entre investigadores de política pública e investigadores de fenómenos de comunicación. Con este tipo de colaboraciones, de acuerdo con los autores, se puede estudiar el papel de los medios no sólo en función de la opinión pública, sino también entenderlos como *instituciones* y *actores clave*.

El enfoque que subrayan los autores es que los medios, dentro del proceso de política pública, fungen como fuente de distribución desproporcional de atención e información, donde se pueden apreciar características como: el estrecho vínculo entre ciclos de retroalimentación (no usan el concepto de influencia) positiva y/o negativa entre los actores y los medios; el papel de la estabilidad del sistema político y los marcos disponibles para las políticas públicas (Russell et al., 2016, pp. 3-20).

Finalmente, Russell et al. (2016) consideran que al utilizar el establecimiento de agenda se debe combinar los enfoques de ciencia política (cambio político), política pública (*information processing*) y ciencias de la comunicación (comunicación política, opinión pública y cobertura mediática); así como la necesidad de generar investigaciones comparativas y transnacionales.

TABLA 2. Resumen del papel informativo de los medios en las políticas públicas.

<ul style="list-style-type: none">• Los procesos informativos no son lineales, sino que varían de acuerdo con las relaciones entre los participantes de las políticas públicas y al contexto del país.• El papel informativo de los medios aplica a lo largo de todo el ciclo de política pública y no sólo al inicio.• La labor informativa, en formato de campañas, puede ayudar a separar una percepción de una realidad sobre la implementación efectiva de una política.• La forma en cómo se presenta la información, como el <i>conflicto</i>, influye en la temporalidad que los medios dedican a las políticas.• A través del establecimiento de agenda, los medios pueden generar una respuesta de la ciudadanía: crisis; revelar actores encubiertos; y el otorgamiento de cobertura positiva/negativa.
<ul style="list-style-type: none">• El análisis del contenido mediático sirve para ponderar qué papel juegan los medios ante las decisiones de gobierno.<ul style="list-style-type: none">○ Identificar alguna de las <i>fallas de los medios</i>, sirve como criterio para estimar el tipo de sesgo sobre la información.○ Identificar actores dentro de la información también es útil para determinar instigaciones u obstaculizaciones hacia alguna política pública.○ Identificar intereses o preocupaciones de los medios (comerciales, corporativos, profesionales), puede ser otro criterio de análisis.
<ul style="list-style-type: none">• Las investigaciones sobre el papel de los medios en las decisiones de gobierno obtienen más información si se combinan enfoques de ciencia política, políticas públicas y ciencias de la comunicación.• Los aprendizajes del estudio de los medios se han ido integrando en el análisis e implementación de políticas públicas.

Elaboración propia.

La tercera faceta mencionada sobre los tipos de discusiones académicas en torno a los medios en su papel informador (y de éste en las políticas públicas), contiene teorías, orientaciones y métodos para estudiar los efectos de los medios en la opinión pública. En este rubro existe una gran variedad de artículos e investigaciones, por ello y dado el enfoque deseado de este trabajo, se procuró retomar una selección de materiales que pudieran ser o que de hecho estuvieran vinculados al estudio de políticas públicas; así también con los segmentos complementarios de establecimiento de agenda y encuadre que se presentan a continuación.

En un plano general se detectaron dos enfoques de interés sobre la interacción de los medios con la opinión pública; por un lado, una discusión sobre el fomento de una *ciudadanía informada* que refuerce las condiciones para la *acción pública*, que son materia de la *cultura política*, como es el análisis de Fenton (2013); y por otro lado, el

análisis del neologismo de *postverdad*², el cual es estudiado con profundidad por Romero (2016), quien subraya la formación de *burbujas* en el manejo de información que serían generadas por los medios, dichas burbujas son la conformación de prejuicios alimentados mutuamente entre líderes de opinión y públicos en torno a *lo que quisieran que fuera real* y no en torno a hechos verificables. Para ejemplificar cómo interviene la *postverdad* en la sociedad, el autor menciona cómo noticias falsas publicadas en Facebook habrían tenido mayor impacto que ciertas notas verificadas publicadas en medios formalmente establecidos, durante la pasada elección presidencial de EUA (Romero, 2016).

Aquí es pertinente hacer una pausa en la revisión de literatura, y comentar que el presente trabajo no tiene como finalidad la demostración de teorías de la comunicación, sin embargo, sí se retoman algunos conceptos que sirvan al análisis del caso de la política TDT, como son *agenda-setting* (establecimiento de agenda) y *framing* (encuadre).

Antes de continuar con las discusiones concernientes a estas dos teorías y conceptos, y para fines prácticos, se considera como establecimiento de agenda (o *agenda-setting*) a la capacidad de los medios para influir a sus audiencias en la relevancia de los temas públicos, a través de que los mismos medios determinarían: lugar asignado (o en el que aparece) a una publicación; el tamaño (físico) del espacio que ocupará; la dimensión de la información (destacar o disminuir su relevancia); y el tiempo que se dedicará a la información. Lo anterior como una versión muy resumida (y por tanto muy limitada) de todos los elementos que componen esta vertiente teórica y que comprenden las investigaciones de uno de sus principales investigadores, Maxwell McCombs (2006, pp. 23-52).

² Aunque el origen del concepto en inglés ha sido rastreado hasta 1992 (*post-truth*), el término *posverdad* es relativamente nuevo en el idioma español y comenzó a ser adoptado a partir de las campañas a favor y en contra del Brexit y la campaña presidencial de Donald Trump: <http://www.lanacion.com.ar/2046231-historia-del-termino-posverdad-desde-la-guerra-del-golfo-hasta-donald-trump>

Relacionado estrechamente con el establecimiento de agenda, el encuadre (*framing*) consiste en el ejercicio mediático de seleccionar, destacar y/o clasificar en una narrativa coherente algunos hechos y observaciones y, por lo tanto, dejar otros fuera de dicha narrativa. Atendiendo a la practicidad y función de este segmento y del presente trabajo, esta breve definición de Entman y Herbst (2001, pp.203-225) sirve de introducción a un concepto del que se encontraron dos enfoques recientes y que se expondrán después de lo concerniente a establecimiento de agenda.

El establecimiento de agenda ya ha sido integrado en el estudio del ciclo de políticas públicas, como señalan Lindquist y Wanna (2015), quienes analizan específicamente la proactividad de gobiernos locales y estrategias de anticipación y colaboración durante la fase de implementación; o lo que detecta Connery (2010), cuando un problema social atrae un interés político debido a la manifestación de actores como son los *grupos de interés* y los *medios*. De forma similar está el análisis de Wolfe, Jones y Baumgartner (2013), quienes buscan determinar qué problemáticas sociales llegan a la agenda pública y cuáles no y cuál es la relación entre políticas públicas y opinión pública, dentro de lo que destaca la participación de dos actores: los medios y su capacidad de amplificar dicha agenda (más que establecerla); y las élites como fuentes de información.

Sobre la manera en cómo los medios operan el establecimiento de agenda de los temas públicos, Layton, Lovett y Baumgartner (2014) se concentran en el concepto de *media attention* o la atención que dan los medios a temas políticos y la posibilidad de que existiera una *agenda única* que se manifiesta a nivel nacional, lo cual concluyen que es imposible que ocurra. Otra aportación de los autores es el desarrollo de un concepto de *inter-media agenda-setting*, que se puede apreciar cuando un diario prominente determina qué es noticia y otros medios le dan seguimiento a lo que dicta aquel.

El establecimiento de agenda también es abordado indirectamente por Castells (2012), al describir el carácter mediático de la política y la generación de un sesgo informativo

cotidiano por parte de los medios. Aún así, Castells (2012) más bien se orienta a uno de sus temas conocidos: el poder en la sociedad y la dinámica de cambio social, donde la información ha fungido como fuente de poder, ya que los medios en realidad no ostentan dicho poder, sino que conforman el espacio donde éste se construye.

De una forma más profunda, dada su experiencia en el tema, McCombs, Shaw y Weaver (2014), en el umbral del 50 aniversario de su teoría de establecimiento de agenda, exploran tres facetas recientes para su investigación: la necesidad de orientación o el nivel psicológico del ciudadano para familiarizarse con su entorno a través de atender temas relevantes; la agenda en red y la mezcla de agendas (derivado de la diversidad actual de canales). Los autores también comentan que los medios sociales no desaparecen al establecimiento de agenda de los medios tradicionales, sino que generan un fenómeno nuevo llamado *social media issue-agenda*, en el cual el origen de los mensajes se encuentra en los intereses individuales de los ciudadanos (McCombs et al. 2014, pp.781-802).

El análisis de casos electorales ha sido una constante del estudio de la opinión pública y el establecimiento de agenda, Errington (2015) retoma esa tradición con las elecciones de 2013 en Australia para observar el establecimiento de agenda, y el comportamiento de la ciudadanía con relación a los medios tradicionales y su comparación con los medios sociales. El autor encuentra que el establecimiento de la agenda, más allá de la labor de *gatekeeping* al interior de los medios, mostró participación de líderes políticos y grupos de interés intentando influir en el contenido de los medios; también señala como hallazgo el hecho de que la ciudadanía se apoyó más en los medios tradicionales para estar informada (y no en los medios sociales), así como el hecho de que, los medios tradicionales, aun cuando accedieron a retomar la agenda establecida por el gobierno, terminaron por cubrir aquellos temas que el público votante determinó como prioritarios (Errington, 2015, pp. 67-79).

Fortunato y Martin (2016) buscan estudiar los posibles cambios que pudiera requerir el establecimiento de agenda luego de un cambio tecnológico: el uso de medios

sociales que permite, tanto a individuos como a organizaciones, la comunicación directa con una audiencia. Los autores usan casos de comunicación política y electoral para retomar la forma en que los mensajes son recuperados y diseminados; dentro de sus hallazgos está la reflexión de que antes, el establecimiento de agenda dependía de generar una exposición reiterada de un mensaje ante el público para incrementar su relevancia; mientras que hoy, los medios sociales permiten que los mensajes circulen ampliamente y sin la interferencia, por ejemplo, de los medios tradicionales.

Para los autores, uno de los factores centrales para el estudio contemporáneo del establecimiento de agenda es entender (identificar) qué individuos y organizaciones tienen agendas que promover y sus capacidades y plataformas de comunicación para distribuir y recuperar mensajes, así como el marco legal que regula las campañas electorales, en el caso usado por los autores (Fortunato y Martin, 2016, pp. 129-153).

Luego de la revisión correspondiente a *establecimiento de agenda*, se encontraron dos enfoques o discusiones en materia de *encuadre*. Por un lado, Wolfe, Jones y Baumgartner (2013), dentro de sus investigaciones discuten sobre los efectos del encuadre a partir de las actitudes políticas individuales de los ciudadanos y la exposición de estos a las noticias. Si bien los autores trabajan con mayor amplitud lo referente al establecimiento de agenda, como se consigna párrafos arriba, destacan lo que han encontrado sobre *encuadre en élites*, donde habría evidencia de que personajes responsables de hacer política pública, como son los legisladores, no muestran ser impactados por la información publicada en diarios.

Por otro lado, Caciatore, Scheufele y Iyengar (2016) pretenden regresar tanto el uso del concepto como su investigación a una vertiente más estricta y rigurosa, enfocada en las alteraciones a cómo se presenta la información y no tanto a valores persuasivos, así como en el estudio de señales no-verbales o visuales. Lo anterior, debido a que los estudios en años recientes no han contribuido sino a generar ambigüedades en torno al concepto, dificultando su operacionalización y volviéndolo disfuncional.

Los autores plantean que una guía para las investigaciones sobre el encuadre puede partir de establecer su tipología, el potencial aun no explorado de forma empírica y su utilidad como puente entre paradigmas: de la era de comunicación de masas a una era de *echo chambers*, con información a la medida y *microtargeting*, propiciados por el nuevo entorno mediático.

TABLA 3. Resumen de discusiones sobre medios, opinión pública y políticas públicas.

<p>Medios y opinión pública:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cultura política y la acción pública se ven reforzadas mediante una ciudadanía informada. • Se debe dar atención al estudio de nuevos fenómenos, por ejemplo, la llamada <i>postverdad</i> y las interacciones entre medios tradicionales y medios sociales. 	
<p>Establecimiento de agenda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se le ha estudiado junto con el ciclo de políticas públicas y procesos electorales. • Puede implementarse en diferentes etapas del ciclo de políticas públicas, no sólo al inicio. • Los grupos de interés y los medios hacen uso de recursos para generar un establecimiento de agenda en temas políticos y sociales. • Los medios tienen un papel innegable en el establecimiento de agenda, no sólo al informar a la opinión pública sino también en su interacción con funcionarios y políticos. • Los medios tienen la capacidad de generar un establecimiento de agenda en otros medios (hay medios más prominentes que otros). • Los medios pudieran no ostentar un poder, sino sólo ser el espacio donde éste se construye; en este sentido la información es una fuente de poder. • En la academia, el establecimiento de agenda sigue arrojando vertientes para su estudio, como son la agenda en red y la mezcla de agendas. • Los medios sociales no desaparecen al establecimiento de agenda, sino que general un nuevo fenómeno llamado <i>social media issue-agenda</i> conformado por los intereses individuales de los usuarios. • Actores con recursos suficientes, como una capacidad de comunicación, pueden generar un establecimiento de agenda para influir en las decisiones de gobierno. 	<p>Encuadre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su estudio considera la manera en cómo se presenta la información, así como las señales no-verbales o visuales. • Al estudiar el encuadre en las élites (por ejemplo, legisladores), se ha encontrado que éstas no son impactadas por la información publicada en diarios. • En las innovaciones sobre el concepto está la existencia de <i>echo-chambers</i>: selección e interpretación y confianza en información acorde a creencias preexistentes; y <i>microtargeting</i>: acotar información para públicos ideológicamente fragmentados; ambos derivados de medios sociales digitales.

Elaboración propia.

Sobre las posibilidades en la práctica, los autores señalan que las investigaciones en materia del encuadre se detectan tres fenómenos: a) la existencia de motivaciones en los medios para acotar una difusión informativa a públicos ideológicamente fragmentados (ya no es un *público general* o una *masa*), y con ello crear ambientes

publicitarios más redituables; b) la tendencia, entre los miembros de una audiencia para seleccionar e interpretar información coincidente con sus creencias previas, y a confiar en redes sociales auto-seleccionadas (*echo chambers* y *filter bubbles*), con lo cual acotan las dietas de información y nueva información; y c) la presencia de una nueva interface entre medios y audiencias, que se puede observar en los motores de búsqueda y en la compilación personalizada de noticias (Cacciatore et al., 2016, pp. 7-23).

2.1.2. Los medios como corporativos con intereses empresariales y capacidad para alinearse en o conformar por sí mismos grupos de interés

Como se comenta al final del segmento anterior, y retomando el espíritu de lo postulado por Russell, Dwidar y Jones (2016), el papel de los medios no debe ser estudiado sólo desde su labor informativa y posibles efectos en la opinión pública, también es preciso entenderlos como *instituciones* y *actores clave*. En correspondencia a lo anterior, la propuesta del presente trabajo es que también se debe considerar a los medios como corporativos, pero no sólo como actores individuales, sino también como actores en coalición con otros corporativos, incluso con otras empresas de medios.

De forma indirecta, desde la perspectiva de algunos autores que estudian la relación de medios y políticas públicas, como Jones y Wolf (2007), se anota que los medios deben ser entendidos como instituciones privadas y conglomerados no-competitivos, que cuentan con sus propios intereses y por lo tanto persiguen políticas públicas que beneficien su rentabilidad (no usan propiamente el concepto de grupo de interés, pero queda clara la afinidad con su enfoque).

Como se comentaba en el segmento anterior, al analizar el papel informador de los medios, Hughes (2010) propone un modelo de medición de los efectos de los medios en las políticas públicas a través del estudio de la naturaleza del sistema político en que se desenvuelva una política pública y poder detectar incentivos de un

comportamiento de *rent-seeking*, manifestado tanto por parte de los actores políticos como por parte de los medios. De esta forma, esta investigación refuerza la concepción de que los medios pueden manifestarse como grupos de interés y apoyar coaliciones (de políticos y/o de empresas) para influir en una política pública.

Lo anterior toma especial relevancia al considerar que una política puede generar una afectación a los medios, entendidos estos como negocios o como grupos de profesionales (Hughes, 2010, pp. 269-289). Una afectación como grupo de profesionales se puede ejemplificar cuando hay alguna iniciativa que exija a los periodistas credenciales de experiencia o de carrera (en México suele llamársele *profesionalización*) o para que se respeten y ejerzan lineamientos de acceso a la información, exigencias que pueden motivar en dichos periodistas reacciones de rechazo, debate o aceptación.

Las discusiones académicas sobre grupos de interés y políticas públicas no siempre alcanzan a retomar el papel de los medios, pero no por ello dejan de transmitir información valiosa sobre la participación de dichos grupos. Por ejemplo, Patashnik, 2011, pp. 27-40), al buscar explicar qué es lo que permiten o influye en la sostenibilidad de reformas en Estados Unidos, advierte sobre la existencia de *enemigos*, aquellos grupos cuyos privilegios son afectados o a quienes los beneficios de una política pública les resultan hostiles, y que por lo tanto deben ser considerados por los responsables de establecer políticas, como un factor determinante. Por otro lado, este autor alerta sobre la necesidad de que el gobierno detecte y tome medidas contra los *gabinetes oscuros*, que representan los intentos por deshacer una reforma.

Desde la perspectiva de la cooperación efectiva entre un gobierno y las empresas en Latinoamérica, Schneider (2013) busca analizar, entre otros factores, cómo la influencia de las empresas en las políticas públicas depende de un contexto macro (factores económicos y políticos nacionales e internacionales) y no sólo de un contexto directo de la relación. Similar a otros autores, señala también como una característica de las relaciones de empresarios con el gobierno, la presencia de ejecutivos dentro de

los gabinetes presidenciales (como asesores y/o funcionarios), conciliando a favor de la iniciativa privada, como se describirá en este mismo segmento, pero como un subtema complementario en párrafos abajo.

Un hallazgo de gran interés es la atención que el autor dedica a la participación de *think-tanks* y *organismos no gubernamentales* (ONG) en las relaciones entre la iniciativa privada y el gobierno, pues encuentra que este tipo de instituciones suelen participar a favor de las empresas, pues son conformados y/o apoyados por éstas mismas, mientras que, ante la opinión pública, se muestran como si fueran actores completamente independientes cuya finalidad sería únicamente la investigación. Como se ve en el presente trabajo, los medios usan a estas organizaciones como *fuentes de información*, en contraposición a las *fuentes oficiales*, representadas por dependencias y funcionarios de gobierno (Schneider, 2013, pp. 2-63).

De forma similar a Schneider está la investigación de Lentz (2014), quien inicia con una revisión de lo que sucede en la aplicación de políticas públicas sobre medios y tecnología, sobre todo en materia de *advocacy*. Luego continúa estableciendo como una necesidad la propuesta de que los académicos deben crear más literatura, sobre todo en lo que respecta al papel y funciones de los medios en las políticas públicas. Más adelante, la autora manifiesta su interés por analizar inquietudes surgidas en años recientes sobre la participación de grupos de interés y organismos no gubernamentales.

De forma un tanto más directa, las discusiones sobre grupos de interés y políticas públicas han estado analizando las diferentes interacciones que se dan entre: instituciones políticas, actores (dentro de los que se encuentran los grupos de interés y los medios), y arenas (formales e informales); como se muestra en la investigación de Scartascini, Stein y Tommasi (2010, pp. 1-18). Destaca la consideración de los autores por estudiar a los medios como actores y ya no sólo como proveedores de información.

Becerra, Cavallo y Scartascini (2010), estudian las políticas de desarrollo financiero, dentro de las cuales, una preocupación fundamental es el papel que juegan los grupos de interés frente a las capacidades de gobierno para implementar y defender las políticas. Los autores encuentran que los grupos de interés, en este sector, siempre mostrarán una actitud de oposición y evasión a las decisiones de gobierno, orientados a mantener su conveniencia financiera y para lo cual utilizarán los recursos que tengan disponibles como es, en principio, la capacidad de organizarse.

Otra forma de aproximarse al tema la presentan Scartascini, Spiller, Stein y Tommasi (2011), quienes se concentran en estudiar cuáles pueden ser los procesos políticos que determinan a las políticas públicas en Latinoamérica. Sostienen que las políticas no sean consideradas simplemente como una elección que busca la maximización de bienestar (enfoque económico, racional), sino como el resultado de un proceso de múltiples actores políticos y sus interacciones. En estos procesos, las instituciones políticas son determinantes, en oposición a presiones de actores externos y grupos de interés.

Un análisis similar es el de Machado y Vesga (2015), que centran su estudio en el llamado *cambio de política pública*, usando como ejemplo el sistema de pensiones en Latinoamérica y el Caribe. Para su estudio utilizan como criterio el análisis de capacidades administrativas y de apoyo político (nuevamente salir del enfoque económico); así como señalar como un factor determinante, para la implementación de algún cambio de política, a las características de cada país. Aunque no usan a detalle el concepto de grupos de interés, el uso del enfoque de *apoyo político* ayuda en la comprensión de las interacciones que se dan entre los diversos actores que participan en una política y su influencia para facilitar o dificultar su adopción.

Lehoucq, Negretto, Aparicio, Nacif, Benton (2011) se dedicaron a describir y analizar los procesos de formulación de políticas públicas en México, durante los periodos que ellos denominaron de *gobierno del PRI* y de *gobierno dividido*. Dentro de todo su análisis, se destaca su enfoque en el papel de organizaciones corporativistas para

apoyar en diferentes momentos al presidencialismo, con la finalidad de compartir beneficios (aunque no mencionan el concepto de grupo de interés, la forma en cómo describen a las organizaciones corporativista permite una homologación al caso mexicano).

Con intención ambiciosa pero muy limitado en herramientas, Silva (2015) hace un análisis sobre los movimientos sociales y su influencia en las políticas públicas en Latinoamérica. Aunque su enfoque queda fuera del estudio de grupos de interés, que es uno de los temas relacionados con la revisión de la literatura para el presente trabajo, se decidió incluirlo toda vez que, dentro de sus hallazgos muestra cómo los grupos de civiles, con mayor o menor organización, tienen dentro de sus finalidades la generación de una opinión pública favorable a su causa.

Para esta revisión, se detectó además la presencia de investigaciones enfocadas a determinar los efectos y características del *rent-seeking* y de los grupos de interés, como un tema complementario, ya que no sólo se trata de señalar que existen sino también a determinar su pertinencia.

Por un lado, se tiene la idea de que los grupos de interés tienen efectos en la sociedad y en el sistema político. En esta materia Calderón y Chong (2005) analizan la relación entre *rent-seeking* y la democracia en Uruguay, mostrando en sus hallazgos una correlación estadística negativa: menor *rent-seeking* a mayor madurez de la democracia o, una democracia fortalecida inhibe el comportamiento de *rent-seeking* debido a la existencia de una mayor transparencia en leyes y regulaciones. En la discusión que generan Calderón y Chong (2005) es factible subrayar que, a pesar de haber centrado su estudio sólo en Uruguay, se puede rescatar la intención de estos autores por obtener datos empíricos y un método de estudio que pueda arrojar resultados al aplicarse en otros países.

Otra manera de formular el subtema de los efectos la presenta Ben Schneider (2010, pp. 217-247) quien se centra en la participación empresarial y la hechura de políticas

públicas, analizando las características típicas de estos actores (organismos empresariales); así como los riesgos que estos grupos representan para el sistema político como es la posibilidad de corrupción y la colocación de directivos provenientes de las empresas en puestos de gobierno, lo cual, de acuerdo al autor, tiende un camino para que los gobiernos traten los temas de interés del sector privado (corporativos individuales o en grupos). La clave, para el análisis de estas participaciones, de acuerdo con Schneider, está en considerar que las empresas ven sus posibilidades de influencia como un *portafolio de inversión política*, y como tal, organizan sus recursos disponibles y procuran evaluarlos conforme al rendimiento que les genera, por ejemplo, financiar una campaña electoral.

La relación entre instituciones débiles y élites fuertes en Centroamérica es el campo que estudia Bull (2014); dentro del cual abunda sobre las características y papel de dichas élites, como son sus *recursos disponibles*: dinero, coacción, *información, ideología*; siendo tres de estos intangibles, destaca que el autor considera a la *información* como un activo (visión que tradicionalmente se encuentra en el estudio de la comunicación estratégica del sector privado), mientras que integra el estudio de la *ideología*, como un recurso para presionar y moldear la toma de decisión en gobierno. La ideología es construida, de acuerdo con el autor, en las *universidades*, en los *think-tanks* y en los *medios de comunicación*. Nótese la reiteración en lo que respecta a los think-tanks, retomando los análisis de Lentz (2015) y Schneider (2010).

Si bien ciertas palabras y conceptos utilizados por los actores podrían ser interpretadas como negativas, no es la intención de esta investigación denostar a los grupos de interés o su existencia, aunque sí queda pendiente ponderar si su existencia y activismo son positivos o negativos para el bienestar social. En este trabajo, como se verá en el Capítulo 4, la delimitación del análisis está acotada a un probable mal uso de la información dirigida de los medios a la sociedad.

Derivado de lo anterior, esta revisión abre otro subtema relacionado a los grupos de interés y políticas públicas, enfocado a conocer cómo los medios ejercen su poder o

función para influir en las decisiones de gobierno, en tanto que son empresas y probables grupos de interés.

TABLA 4. Resumen de medios como corporativos con intereses empresariales y capacidad para alinearse en o conformar por sí mismos grupos de interés.

<p>Grupos de interés en general:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los grupos de interés son parte de un proceso en que participan múltiples actores políticos y diversidad de interacciones, que no siempre es racional ni busca la maximización del bienestar. • Un enfoque para el estudio del cambio de política pública es el análisis de capacidades administrativas y de apoyo político, dentro del cual se encuentra el análisis de grupos de interés. • El sistema político influye en la presencia y conducta de comportamiento de <i>rent-seeking</i> y de grupos de interés. • Los grupos de interés tienen presencia en el diseño e implementación de reformas y prácticas de cooperación efectiva entre iniciativa privada e instituciones públicas. • Los grupos de interés pueden lograr presencia y representación en los gabinetes presidenciales a través de ejecutivos que son habilitados como asesores y/o funcionarios públicos. • Los grupos de interés han participado en la creación de <i>think-tanks</i> y ONG's para interactuar e influir en las decisiones de gobierno y en la opinión pública. 	<p>Medios como grupos de interés:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los medios tienen capacidad de agruparse con otros medios, en coalición con otro tipo de empresas y con políticos. • En tanto se desempeñan como empresas, los medios tienen intereses corporativos que motivarán la persecución de políticas públicas que les sean afines • Los medios también pueden ser afectados por políticas orientadas a la profesionalización de sus integrantes. • Los medios utilizan a los <i>think-tanks</i> y ONG's (que pueden estar siendo apoyados por grupos de interés) como fuentes de información, en contraposición a las fuentes de gobierno, e influir en las decisiones de gobierno y en la opinión pública.
<p>Recursos de los grupos de interés/medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El comportamiento de <i>rent-seeking</i> influye en la debilitación de una democracia, mermando su transparencia en leyes y regulaciones. • Los grupos de interés buscan colocar a directivos en puestos públicos como parte de un <i>portafolio de inversión política</i>. • Los recursos de que disponen los grupos de interés varían entre: dinero, coacción, información e ideología. La ideología se crea desde las universidades, los <i>think-tanks</i> y medios de comunicación. • Los medios tienen incentivos para usar la cobertura informativa como moneda de cambio para pactar o presionar actores políticos (ejemplo en campañas electorales). • Los medios pueden sesgar la información a través de las llamadas <i>fallas de los medios</i> para beneficiar sus intereses. • La competencia entre medios puede ser otro factor que los medios usen de pretexto para sesgar la información hacia sus intereses comerciales (mercado publicitario). 	

Elaboración propia.

Un ejemplo se puede ver en lo descrito por Soroka, Lawlor, Farnsworth y Young (2014) en lo que se refiere al criterio de *fallas de los medios* que se comenta en el segmento

anterior. Esto es que los medios pueden trabajar la información, para beneficiar sus intereses, a través de: sus normas internas, la colocación de un periodista con mayor/menor experiencia; ser servicial ante un tema político; otorgar poco tiempo y/o espacio de cobertura a una política.

Otro ejemplo es lo que advierten Olper y Swinnen (2013) en lo que respecta a la competencia entre medios por ganar cantidad de audiencias y con ello ganar cantidad de anunciantes (dinero por pautas publicitarias), donde los medios tendrían incentivos o estarían dispuestos a sesgar la información con tal de mantener sus recursos y en detrimento de la discusión pública.

Cabe recordar también la atención que dedica Schneider (2013) a discutir que los medios, principalmente la televisión, son propiedad de los mismos grupos de negocios o incluso los medios forman grupos en sí mismos, por lo que son parciales al moldear el debate político que surge, en el ciclo de política pública, sobre el proceso de toma de decisión e incluso utilizan a la cobertura de noticias como moneda de cambio para pactar o presionar a actores políticos, teniendo como ejemplo típico la difusión de alguna campaña electoral.

2.1.3. Los medios como agentes económicos regulados dentro de un mercado

En este segmento se detectaron dos vertientes para analizar a los medios como agentes regulados, por un lado, 1) la regulación que se hace de aquellos en un tono general por el hecho de ser *medios informativos*; y por otro lado 2) la regulación que se hace de aquellos cuando pertenecen al sector telecomunicaciones. Aunque la segunda vertiente pareciera ser la única que incumbe al presente trabajo, es en realidad la combinación de ambas la que permite formular un criterio sobre el papel de los medios como sujetos de regulación y su comportamiento hacia las políticas públicas.

En lo que respecta a la regulación de los medios informativos, se tiene el análisis que hace Aguilar (2015) sobre la prohibición de campañas negativas en medios mexicanos, para lo cual procura alejarse del enfoque defensivo sobre la libertad de expresión y orientarse hacia entender los efectos de dicha prohibición en la participación política de los ciudadanos.

El autor señala como parámetros necesarios: entender el marco legal; describir la forma en cómo se dan las elecciones y el comportamiento de los partidos (en tanto es la situación típica en la que se presentan campañas negativas); y estudiar la regulación vigente de propaganda política en radio y televisión. De acuerdo con la información empírica que retoma el autor, las campañas negativas no generarían un detrimento en la participación política y, por lo tanto, su regulación no sería prioritaria, si no es que incluso resulta innecesaria.

En su investigación Braman (2011) retoma el paso de la sociedad industrial a la sociedad de la información para enmarcar la necesidad de estudiar las diferentes políticas públicas de la información, y señala cuatro ejes sobre los cuales se debe hacer hincapié: el acceso a la información gubernamental; políticas de información nacional; dentro del gobierno, la toma de decisiones respecto a la información; y el marco legal existente (derechos humanos y libertades civiles); los cuales no habrían sido explorados suficientemente para determinar el papel o efecto mediático.

Aunque el presente trabajo no considera estudiar a la ciudadanía o usuarios de telecomunicaciones, como ya se mencionó al inicio de este documento, se consideró interesante el enfoque de Hasebrink (2011) sobre la participación de la ciudadanía en la formulación de regulaciones de medios, la cual debiera ser establecida como una participación que ayude a definir y evaluar criterios de calidad de este tipo de políticas públicas, sobre todo en el formato de *grupos de control*, es decir, organismos que representen los intereses de los ciudadanos y ejerzan influencia ante las autoridades, como pudiera hacerlo un organismo no gubernamental u ONG, para con ello delimitar la actuación de los medios.

Es de subrayarse el enfoque sobre las capacidades de los medios para generar movilizaciones sociales, lo cual se encuentra contenido en el estudio de Dunbar-Hester (2014), quien categoriza a dichas movilizaciones como: *media reform*, *media democracy* y *media justice*; cada una con sus respectivas características y permitiendo diversas formas de activismo: académico, social y de defensoría (*advocacy*).

El autor usa como ejemplo la reforma de telecomunicaciones de 1996 en Estados Unidos, cuyo antecedente más cercano se dio en 1934, a través del cual retoma temas sobre la defensa de reformas gubernamentales, la aplicación de políticas públicas y regulación de medios. El autor subraya que reformar los medios no debe ser considerado como el fin último de dicha acción, sino que éstas representan sólo un paso para alcanzar otros objetivos, por ejemplo, políticos, de desarrollo u otros (Dunbar-Hester, 2014, pp. 547-569).

El ejemplo que retoma Dunbar-Hester sirve de pretexto para abrir el siguiente subtema, cuya literatura seleccionada no tiene la finalidad de evaluar políticas públicas de telecomunicaciones, sino la presentación de casos de estudio, en cuya descripción y análisis se desmenuzan diversos criterios políticos para la evaluación de políticas. Sin adelantar hallazgos, llama la atención la existencia de factores puntuales, semejantes a los encontrados en el caso que se analiza en el presente trabajo, en relación con papel de los medios de comunicación, como informadores y regulados.

Gregory Taylor (como se citó en Odartey-Wellington, 2013, pp. 380-385) analiza la transición a la televisión digital terrestre de 2011 en Canadá, repasando la importancia de este proceso para aquella nación y su sociedad, donde la industria tiene mucho poder y el órgano regulador se ha mostrado reacio, al punto de que el autor pone en duda el discurso de los beneficios estimados. La investigación de Taylor señala que los ciudadanos permanecen mal informados sobre la transición y que, aún cuando en la hechura de políticas públicas en Canadá siempre se ha destacado la participación

pública, en el cambio digital quien lideró la participación fue la industria, posiblemente como una adaptación al mercado.

Casanueva-Reguart (2013) utiliza el caso de Telmex en México, para ejemplificar un caso de *debilidad institucional y desequilibrio* entre el poder que tiene la *autoridad reguladora* frente a *operadores de telecomunicaciones dominantes*, lo cual provoca que compromisos como los “servicios universales”, no se cumplan. Es pertinente hacer notar que, a pesar de haber publicado su investigación en 2013, la información analizada por la autora abarca de 1990 a 2010, antes de la reforma al sector telecomunicaciones y de la transformación de la CFT al IFT. El tratamiento que da la autora al tema deriva en una situación de falta de transparencia en los procesos de políticas públicas y sobre el destino de los recursos recaudados/implementados.

Por su parte Flew (2014) utiliza el esquema de ciclo de política pública para analizar la implementación de banda ancha en Australia en el periodo 2011-2013. El autor muestra cómo los *factores políticos* obstaculizaron la ventana de oportunidad y el proceso en sí, por citar dos ejemplos: el uso de los detractores del discurso sobre la *libertad de los medios*, que se vería afectada de implementarse la política del gobierno; y la participación de *académicos*, tanto a favor como en contra.

Shepherd, Taylor y Middleton (2014) se ocupan de analizar los retos que enfrenta el gobierno canadiense para lograr una participación efectiva de los académicos en la hechura de políticas públicas de telecomunicaciones, con la finalidad de fomentar su adhesión en un contexto donde el gobierno no dedica esfuerzos a generar apoyo popular y sus autoridades reguladoras están polarizadas (una muy opaca y sin respaldo, otra transparente e invitante). La visión de los autores es que los académicos son un público crítico que debe manifestarse como *activistas circunstanciales*, lo cual tiene cierto eco con lo detectado por Flew (2014, p. 107), en la práctica de un caso de obstaculización.

Mirza y Beltrán (2014) analizan el lado de los consumidores en el caso de la instalación de la *ultra-fast broadband* (UFB) a implementarse en Nueva Zelanda entre 2011-2019, partiendo de la acotación de que, en políticas de telecomunicaciones, se debe distinguir lo que es el acceso a una red y la adopción de redes de servicios. De acuerdo con los autores, y su estudio realizado en 2012, la adopción del caso UFB implicó varias barreras en un proceso de aceptación y rechazo, como fueron: el costo, la velocidad de despliegue y el conocimiento en el consumidor; resultando éste último, conforme lo expuesto por los autores, uno de los factores más críticos.

McNally, Mowatt y Pintos (2014) presentan un análisis sobre la hechura de políticas públicas aplicadas al sector telecomunicaciones en Canadá entre 2018-2012, bajo un enfoque de teoría regulatoria. Destaca que los autores buscan determinar qué actores participaron; por ejemplo, en lo que respecta al público objetivo de las políticas, los usuarios, encuentran que estos no tuvieron una participación en el proceso de consulta a pesar de la relevancia que posee la administración del espectro inalámbrico y los beneficios que conlleva.

Los autores también detectan que una de las funciones de los medios en estos casos es generar cobertura a las acciones del órgano regulador y servir como puente para que las políticas estén más orientadas a los intereses ciudadanos. Pero tal vez lo más relevante respecto a la labor informativa de los medios es su participación como objeto de la regulación, toda vez que los autores señalan que las empresas de medios son parte de corporativos de telecomunicaciones, los cuales habrían usado su control mediático para: 1) mostrarse a ellas mismas de manera favorable y 2) generar cobertura despreciativa hacia una política que incrementaría la competencia (caso la local Bell Canadian Enterprises contra la extranjera Verizon), e indiferente hacia el proceso de consulta ciudadana (McNally, Mowatt y Pintos, 2014, pp-296-326).

TABLA 5. Resumen sobre los medios como agentes económicos regulados dentro de un mercado.

- Al ser los medios sujetos de una regulación, tienen incentivos para presentar información parcial sobre la política que los atañe y sus responsabilidades en ella.
- La industria (las empresas de medios) realiza un papel de liderazgo en la hechura de políticas públicas de telecomunicaciones, mientras que la ciudadanía es dejada de lado.
 - La ciudadanía mal informada (poco o nulo conocimiento) es una característica constante en la implementación de políticas públicas de telecomunicaciones, debido en parte a la complejidad técnica.
 - Lo anterior podría estar vinculado a la apatía o escasa participación de los usuarios en el ciclo de políticas públicas de telecomunicaciones.
 - La participación ciudadana, en formato de grupos de defensoría (ONG's), puede ayudar a definir y evaluar criterios de calidad en políticas dirigidas a regular los medios.
- En este tipo de políticas, es común la participación de académicos procurando explicarla, a favor o en contra de su implementación.
- Los detractores de este tipo de políticas pueden utilizar un discurso de libertad de expresión en su contra.
- Las reformas y políticas públicas que implican la regulación de los medios no deben ser consideradas como el fin último de dicha acción, sino como un paso para alcanzar otros objetivos.

Elaboración propia.

2.2. La comunicación social y su papel dentro del gobierno

De forma complementaria a los apartados anteriores es necesario retomar un conjunto de elementos relacionados con la comunicación y la llamada comunicación social pues, como diversos autores señalan, 1) las herramientas que derivan de ellas son de utilidad para el análisis de políticas públicas, como incluso se mostrará en el Capítulo 4 de este documento; 2) dichas herramientas permiten obtener información del contexto (interno y externo) de las instituciones responsables de implementar las políticas públicas; y 3) un área clave, dentro de las instituciones públicas que opera no sólo ante la implementación de políticas, sino que ejerce las herramientas derivadas de la comunicación, es el área de comunicación social.

Una democracia y los llamados gobiernos democráticos implican la participación de la sociedad que, bajo un escenario ideal, se encuentra lo suficientemente informada para manifestar sus opiniones e incidir en las decisiones de gobierno. Esto no implica que la participación informada se logre en automático, sino que requiere de diferentes procesos iterativos de formación de la opinión pública, el desarrollo económico del

país, entre otros elementos como es que el mismo gobierno cree espacios de interacción con la sociedad y, como mínimo, para enterarla de sus actividades.

En el caso mexicano, las diversas instituciones de gobierno ya sean dentro de los tres poderes, organismos descentralizados y demás componentes de la federación, cuentan con oficinas cuya función es comunicar a la sociedad las diversas decisiones y cursos de acción del gobierno y sus operadores. La evolución de la comunicación social no ha sido sencilla, ya que en ocasiones se le ha mezclado o incluso sustituido con propaganda, se le ha centralizado y descentralizado, entre otros múltiples cambios, avances, retrocesos y formulaciones.

A continuación, se comentarán algunos de los conceptos que deben establecerse sobre comunicación, comunicación política, comunicación social, herramientas y variaciones de su práctica. Para el presente trabajo, recuperar con claridad lo que es la comunicación social y sus funciones es necesario pues, aunque uno de los temas centrales se refiere al papel de los medios ante la implementación de una política pública determinada (TDT), también es pertinente establecer mínimamente el papel que realizó la institución responsable de diseñar y ejecutar la política (el IFT), partiendo primero de los conceptos comunicacionales básicos que se verán a continuación.

No es suficiente intentar definir la comunicación social por sí sola, sobre todo cuando existe en la sociedad un uso impreciso de términos y situaciones en las que se relaja el lenguaje. Por ello, se procura aterrizar en la siguiente sección los elementos mínimos que sirvan más adelante en el análisis del caso e institución seleccionados (Capítulos 3 y 4).

2.2.1. Algunos conceptos fundamentales sobre comunicación social

La comunicación es un proceso social donde las personas echan mano de una serie de capacidades del acto comunicativo, para poner en práctica diversas funciones de éste, a través de un principio de cooperación, de una conversación guiada por

objetivos y reglas (Ricci y Zani, 1990); todo para generar la posibilidad de relacionarse con otras personas, sobrevivir como grupo, modificar su condición o el contexto en que se encuentran.

Esto último aplica no sólo para las condiciones naturales a las que se enfrenta el ser humano, sino también las de su sociedad y, por lo tanto, la participación en procesos dentro de una comunidad, los procesos políticos, las interacciones con las instituciones de gobierno, entre muchas otras formas y variaciones de éstas.

Una definición importante corresponde a la comunicación política. Juan Ignacio Rospir la bosqueja como el “Uso de la comunicación en el conocimiento de la realidad política, las relaciones entre el poder y los medios, las relaciones comunicativas entre el gobierno y los ciudadanos, la publicidad electoral” (como se cita en Magaña, 2013, p.10). Mientras que Dan D. Nimmo y Keith R. Sanders la establecen como un “proceso de intervención que se refiere ‘a qué influencias políticas son movilizadas y transmitidas entre instituciones gubernamentales formales, por un lado, y el comportamiento del voto ciudadano, por el otro’” (como se cita en Magaña, 2013, p.14 y 35).

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la comunicación pública contiene las siguientes características, no necesariamente opuestas al párrafo anterior:

“1) ser una modalidad social de comunicación, 2) proveer la información que necesita la sociedad para su reproducción, 3) servir de instrumento de vinculación entre gobierno y gobernados, 4) funcionar como mecanismo de intercambio de información, 5) promover la discusión de las acciones propuestas, 6) promover la gestión democrática, 7) expresar las decisiones soberanas, y 8) asegurar la legitimidad de la autoridad, o lo que es lo mismo, del poder” (Magaña, 1988, p. 24).

Es decir, de acuerdo con el párrafo anterior de Magaña, que se usa la denominación “pública” como oposición a lo privado, ya que es del interés de una comunidad y no de

los particulares, como se consigna en las definiciones de políticas públicas al considerar a estas como cursos de acción orientados a resolver problemas que afectan a la sociedad. Al ser pública, permite el intercambio de información sociedad-gobierno al mismo tiempo que es herramienta del gobierno para dicho fin (Hood y Margetts, 1983, p. 5 y 6)³ y para la resolución de necesidades que requiere la gente.

Es a partir de ese sentido básico, que se considera que la labor de la comunicación pública coadyuva al ejercicio democrático, aun sin llegar a niveles de transparencia y rendición de cuentas sino simplemente estableciendo que, una ciudadanía informada sobre su situación es una ciudadanía que puede tomar decisiones y participar.

Hace falta retomar un componente de la ciudadanía o que, en todo caso, interviene directamente en el proceso de comunicación entre el gobierno y los ciudadanos: los medios de comunicación masiva, periódicos y revistas, radio y televisión. Hasta ahora se han retomado ideas y conceptos sobre la sociedad obviando que los medios conforman una tercera facción, con las características mencionadas en la sección anterior.

Para definir a la comunicación gubernamental, se retoma la conceptualización de Canel y Sanders (2003):

“el *rol*, *práctica*, *fin*es y *logros* de comunicación que tiene lugar en nombre de instituciones *públicas*, cuya función principal es de carácter *ejecutivo* en servicio de un racional *político*, y que se constituye sobre el fundamento del *consentimiento* –directo o indirecto- del *pueblo*, y siendo responsable de representar la *voluntad* de éste.” (Canel y Sanders, 2003, p. 4)⁴

Conjuntando los elementos anteriores, en este documento se le llamará comunicación social al: proceso gerencial que realiza una institución pública para coadyuvar,

³ Los autores desarrollan un esquema llamado NATO, sigla que abarca Nodalidad, Autoridad, Tesoro y Organización, donde la nodalidad implica precisamente la capacidad institucional para obtener información de la sociedad y dotar de información a la misma.

⁴ El subrayado es de las autoras.

mediante una estrategia especializada, a la realización de sus objetivos y funciones; así como atender los diversos públicos al interior y exterior, en materia informativa, mediática, rendición de cuentas y en concordancia con el sistema político en que se encuentra.

Esta definición, de forma similar a las que se han abordado en el marco conceptual de este trabajo, procura abarcar que:

- Los usuarios de la comunicación social son instituciones públicas en general que se apoyan en aquella para realizar sus funciones.
- Se trata de actividad estratégica, en constante construcción y adaptación a las circunstancias.
- Está inmersa y funciona dentro de una institución pública, que delimita sus alcances, orientación y objetivos.
- Enfrenta la complejidad de su entorno, externo e interno, en cuanto a diversidad de públicos institucionales y personales.
- Desempeña una función social y un papel dentro de un sistema político, como la democracia u otro.
- Y cuya finalidad central pueda orientarse a que la comunicación gubernamental logre implementar su función social potencial.

**CAPÍTULO 3. LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO: HACIA
UNA AGENDA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL IFT**

En este apartado se procura ordenar las ideas que dan relevancia al estudio de las telecomunicaciones en México desde el punto de vista de un análisis de políticas públicas. Para ello se utiliza de forma breve información financiera, económica, política y de relaciones entre medios de comunicación y gobierno, que permiten problematizar el tema demostrando magnitud y delimitaciones.

Con intención similar, se presentan las características del IFT, haciendo hincapié en sus diferencias o mejoras respecto a su antecesor institucional, la CFT, especialmente en lo que se refiere a su carácter autónomo y lo que esto podría significar para su labor en tanto autoridad reguladora y, por lo tanto, de los riesgos que ésta y sus políticas públicas corren en la arena de los medios de comunicación, pues al mismo que participa como árbitro y moldea la política pública, también la expone, a través de su coordinación de comunicación social, a la ciudadanía en general; lo que la convierte en objeto de noticias, críticas y ataques en la arena de los medios.

Por lo anterior, dentro del repaso sobre las características del IFT también se consideró desmenuzar aspectos clave de su comunicación institucional, que realiza a través de su Coordinación de Comunicación Social: cómo está consignada esta labor en sus estatutos orgánicos, cómo funciona en paralelo a las actividades del Instituto, y los hallazgos que le distinguen de las concepciones de antaño de la comunicación social, pues ya no consiste sólo en una *oficina de prensa* sino que es un despacho de capacidades y habilidades gerenciales y estratégicas para su dependencia.

Para redondear este apartado, se incorporó también una ponderación sobre la política TDT, su contexto y sus características, así como su relevancia económica y social considerando dos puntos de vista fundamentales, los beneficios estimados que puede generar en la sociedad, y el ejercicio de derechos que refuerza esta medida.

3.1. Contexto nacional de las telecomunicaciones

La notabilidad del sector telecomunicaciones se percibe con su magnitud y su relevancia para el país ya que de acuerdo a datos reportados por el IFT (2015, pp.13-18): al cierre del 2015, las telecomunicaciones y radiodifusión contribuyeron conjuntamente con 3.2% del Producto Interno Bruto (PIB) al generar \$457 mil millones de pesos.

Esta cantidad se ubica en el décimo lugar de aportación al PIB y es equivalente a una tasa de crecimiento anual de 4% (10 veces mayor a la del sector manufactura). Además, se sabe que este mismo sector emplea cerca de 177 mil personas, mientras que el sector de radiodifusión emplea a más de 46 mil personas (IFT, 2015, pp. 19-22).

En lo que respecta al flujo acumulado de Inversión Extranjera Directa (IED), a lo largo del 2015 los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión alcanzaron los \$2,557 millones de dólares, lo que representa un 12% de la IED de México, el segundo más importante para el país (IFT, 2015, p. 28 y 29).

Por otro lado, cabe recordar que también hay una relevancia político-social del sector, sobre todo porque dentro de sí mismo se encuentran los medios informativos con mayor penetración entre la población: las televisoras.

De acuerdo con el análisis de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos u OCDE (2012) se ha venido dando una tendencia o “proceso de convergencia” donde “los operadores de telecomunicaciones han ingresado al sector audiovisual como proveedores de servicios de televisión, y las empresas de radio y televisión están cada vez más dispuestas a presentar servicios de telecomunicaciones” (OCDE, 2012, p.18).

Sin embargo, la misma OCDE advertía en su “*OECD Economic Surveys: Mexico 2011*” (como se citó en OCDE, 2012, pp. 17-19), en comparación a otros países miembros de dicho organismo internacional, el sector de las telecomunicaciones en el país es ineficiente, presenta una alta concentración de mercado y por tanto una competencia débil, precios altos en los servicios al consumidor y bajas tasas de penetración, generando un costo significativo para la economía y el bienestar de la población. Por no mencionar que, específicamente la televisión en México tiene el aspecto de un oligopolio.

Es una idea generalizada que existe una relación histórica de conveniencia entre los medios de comunicación en general (no sólo los audiovisuales) y la clase política mexicana, donde se han intercambiado beneficios y apoyos políticos (Guerrero, 2010, p. 232). Como Fátima Fernández Christlieb señala “la prensa ha sido por años, más que un canal de noticias, una intermediaria de información e intereses entre diferentes grupos de las élites en México” (como se citó en Guerrero, 2010, p. 237).

Hoy en día se observa una ambigüedad entre las relaciones de los medios, como negocios con intereses propios, y las instituciones políticas, gubernamentales e incluso otros actores empresariales y grupos. Es decir, no es claro que exista ni un control absoluto sobre los contenidos de la programación y publicaciones, especialmente las noticiosas; como tampoco es claro hablar de un enfrentamiento absoluto.

Algunos parteaguas que dieron nuevas formas a esta relación se tienen primero en las modificaciones reglamentarias y reforma a la Ley de Radio y Televisión sucedidas en el periodo 2002-2006, durante el gobierno de Vicente Fox, donde los empresarios fomentaron un manejo de cabildeo legislativo para conseguir sus objetivos a tal nivel que dicho proceso se le conoció coloquialmente como “Ley Televisa”. Y posteriormente se tienen las reformas electorales en 2006 y recursos de inconstitucionalidad en 2007 con las que la clase política acotó a los medios, y en especial a las televisoras a pesar de sus presiones mediáticas (Guerrero, 2010, pp. 273-282).

La derrama económica y de inversiones que genera el sector telecomunicaciones es por si solo un claro indicador del interés que despierta participar en este mercado, así como también de la fuerza que estaría generando la interacción entre los diversos actores, individuales y en grupos, por lograr sus objetivos⁵. Junto a esta dinámica se encuentran los antecedentes históricos de relaciones entre medios y gobierno, así como también las acciones que los primeros han construido para presionar al segundo en diversos frentes, incluido el escenario mediático.

Es mucho lo que está en juego para el país y, de acuerdo con el marco legal vigente, corresponde a la autoridad mantener y mejorar el orden en el sector; más allá de las garantías constitucionales, hacerlo en materia de aplicación de las políticas públicas y su regulación, lo cual puede convertir a la institución rectora (IFT) en objeto de críticas y ataques por la vía de la comunicación.

3.2. El IFT: su configuración y comunicación

Luego de haber establecido la materia específica de estudio, es pertinente plantear ahora el campo de la institución acerca de la cual se desea generar el análisis, sobre todo, para entender sus características orgánicas más relevantes y, por tanto, las características de su comunicación.

⁵ Los “grupos de presión”, de acuerdo con Moodie y Studdert-Kennedy (1975, pp.111 y 112), son “todo grupo organizado que intenta (*ocasionalmente*) influir sobre las decisiones de gobierno sin buscar ejercer él mismo los poderes formales de éste”, esto último los diferencia, por ejemplo, de un partido político. Los autores usan dicha denominación intentando evitar la de “grupos de interés” que pudiera generar confusión con otras calificaciones, pero reconocen que el término finalmente busca mostrar que los miembros de un grupo “están unidos por un interés común, normalmente de tipo económico u ocupacional” aunque en otras situaciones estos mismos pudieran comportarse como antagónicos. Por otro lado, Arend Lijhart en *Modelos de democracia*, p.165-166, establece que “el grupo de interés (...) es un pluralismo competitivo y no coordinado de grupos independientes que contrasta con el sistema de corporatismo coordinado”, distinción que hace para diferenciarlo de formas autoritarias de corporatismo donde los grupos de interés se encuentran bajo el control del Estado. Y agrega que el “corporatismo” tiene dos significados a considerarse: uno para referirse al sistema de los grupos de interés (organizaciones punteras, especialización, jerarquías); y otro para referirse “a la incorporación de los grupos de interés al proceso de formación de políticas públicas”, lo cual, como se anticipa, aplica para estudiar tanto al pluralismo como corporatismo. A esto faltaría agregar que el intento por influir en la políticas públicas o procesos de toma de decisión también puede provenir en la forma de una afectación percibida o de facto por dichos grupos y/o actores, lo cual motiva su organización y participación. [El resaltado en las citas es de este trabajo].

A lo largo de poco más de dos décadas y a través de sexenios presidenciales recientes, con diferentes partidos políticos al frente del Poder Ejecutivo se han fortalecido y creado instituciones cuyas acciones y toma de decisiones requieren de estar distanciadas de la influencia directa del gobierno y de otros actores políticos (Caballero, 2000), para garantizar que sus funciones y, en los hechos, busquen el bienestar social y no caer en intereses particulares.

Por mencionar algunas de dichas instituciones, se tienen los ejemplos del Banco de México, el Instituto Federal de Acceso a la Información (antes IFAI), el Instituto Nacional Electoral (antes IFE), la Comisión Federal de Competencia Económica (antes CFC), y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (antes CFT), entre otros.

Para garantizar sus características y funciones, un instituto autónomo “se crea en el propio texto constitucional y que, sin guardar relación de subordinación con el Poder Ejecutivo, el Legislativo o el Judicial, sí mantiene relaciones de coordinación” (Observatorio de Política Social y Derechos Humanos-INCIDE Social, 2014, p. 1). Es importante señalar entonces que, de acuerdo con Valentín Ugalde:

“A estos órganos se les otorga autonomía para que se ocupen de desempeñar tareas especializadas relativas a importantes necesidades sociales que necesitan realizarse con independencia de criterios dictados por los tres poderes y de la situación coyuntural dada.” (como se cita en Observatorio de Política Social y Derechos Humanos-INCIDE Social, 2014).

Las ventajas de la autonomía, en especial de un órgano regulador, no sólo radican en la aspiración a que las dependencias del estado logren “la más eficaz atención y eficiente despacho de los asuntos de su competencia” (Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, p. 4), sino que abarca:

- Fortaleza ante la alternancia política y luchas partidistas.
- Respaldo recíproco entre la autonomía y el diseño de la institución.

- Balance de demandas entre los distintos grupos de interés y los usuarios, mientras se da cumplimiento a la política pública.
- Estabilidad al mando de la institución y selección/renovación de comisionados (Ramírez y Vázquez, 2012, p. 7).

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (CFT), ya contaba con algunas características para fungir como órgano regulador de su sector, pero es hasta la reformulación de dicha institución y sus atribuciones, que se le otorga la autonomía, entre otras diferencias de su antecesor.

3.2.1. De la CFT a el IFT

Con el objetivo de regular y promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones, se crea en 1996 la Comisión Federal de Telecomunicaciones o CFT⁶, como “órgano administrativo desconcentrado” de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La exposición de motivos sobre la creación de la CFT engloba el reconocimiento de que el desarrollo de las telecomunicaciones es un factor clave del crecimiento económico para el país, así como de la integración nacional y del desarrollo social; la necesidad de mejorar la calidad, acceso, eficiencia e integración de los servicios de telecomunicaciones y, apoyar así, la competitividad y productividad; y que se debían reforzar condiciones que permitieran seguridad jurídica a la inversión privada en la construcción de infraestructura y en la prestación de los servicios (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1996, p. 1).

De esta forma, el nacimiento de la CFT contenía ya una serie de intenciones y facultades que, si bien representaban un avance, no serían las suficientes para garantizar el funcionamiento del organismo y por lo tanto garantizar los derechos que

⁶ En este trabajo se puede encontrar que la Comisión Federal de Telecomunicaciones sea referida por su sigla “CFT” o por su acrónimo “COFETEL”. Se considera que la sigla es la forma correcta de referirse a dicha institución y se desconoce por qué se difundió y popularizó el uso del acrónimo tanto en medios noticiosos como en algunos documentos de funcionarios, similar a lo que sucedió con el IFT.

motivaron su creación. Sería hasta el año 2012 que se diera el siguiente paso rumbo a reformar la Ley de Telecomunicaciones (OCDE, 2012)⁷, con las discusiones y firma del Pacto por México entre la Presidencia de la República y los tres partidos políticos con mayor representatividad del país: Partido de la Revolución Democrática y Partido Acción Nacional y Partido Revolucionario Institucional.

Dentro del Pacto, el segundo acuerdo “Crecimiento Económico, Empleo y Competitividad”, contuvo una serie de lineamientos para orientar un cambio en el sector telecomunicaciones que consideraba lograr:

- Derecho al acceso a la banda ancha y *efectividad de las decisiones del órgano regulador* (...) evitar que las empresas de este sector eludan las resoluciones del órgano regulador vía amparos u otros mecanismos litigiosos.
- *Reforzar autonomía de la COFETEL* (...) para que opere bajo reglas de transparencia y de independencia.
- respecto de los intereses que regula.
- Desarrollar una robusta red troncal de telecomunicaciones.
- Agenda digital y acceso a banda ancha en edificios públicos.
- Competencia en radio y televisión.
- Competencia en telefonía y servicios de datos.
- *Adopción de medidas de fomento a la competencia* en televisión, radio, telefonía y servicios de datos (Pacto por México, 2012, pp. 10-12).⁸

El posterior trabajo legislativo derivó en el “Decreto por el cual se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones” (Presidencia de la República, 2013) y el “Decreto por el que se expide la Ley Federal

⁷ La OCDE en su *Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México*, hace un análisis de la situación de la CFT en materia de sus funciones y alcances, su situación legal, presupuestaria y de dependencia del gobierno central. En este apartado se retoman más bien las características logradas para el IFT con algunas comparaciones puntuales respecto al órgano que le precedió y que, por actualidad y proceso de implementación, ya rebasan las recomendaciones que hiciera la OCDE sin dejar de lado el significado, en su momento, sobre su influencia y relevancia.

⁸ El resaltado en la cita es de este trabajo.

de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión” (Presidencia de la República, 2014) nombre que se abreviará como LFTyR, mediante los cuales se formaliza la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones o IFT, para sustituir a la CFT.

El IFT queda definido como:

- “un órgano público autónomo, independiente en sus decisiones y funcionamiento, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión.”
- “la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que establecen (...) la Constitución, esta Ley y la Ley Federal de Competencia Económica.”
- “Los funcionarios del Instituto deberán guiarse por los principios de autonomía, legalidad, objetividad, imparcialidad, certeza, eficiencia, eficacia, transparencia y rendición de cuentas. Desempeñarán su función con autonomía y probidad.” (Presidencia de la República, 2014, p. 7)⁹

A lo largo de este proceso de transformación de la institución reguladora, las menciones y debates en medios de comunicación parecería que fueron lo suficientemente robustos como para motivar una serie de análisis comparativos entre ambos organismos, y destacar los beneficios y las posibilidades para evaluar su desempeño y efectividad en la implementación de políticas públicas, pero no es así.

⁹ Más aún, en la misma *LFTyR*, en la página 23, se asienta como parte del “Capítulo IV: Del Régimen Laboral de los Trabajadores del Instituto”, que: “El Instituto contará y deberá establecer un sistema de servicio profesional que evalúe, reconozca la capacidad, desempeño, experiencia de sus servidores públicos y procurará la igualdad de género. Dicho sistema deberá ser aprobado por el Pleno a propuesta del Comisionado Presidente”.

Un análisis que se centra en comparar a la extinta CFT y al IFT es el realizado por el Centro de Investigación para el Desarrollo, A.C. o CIDAC donde da cuenta de dicha transición (como se cita en Faya, 2013, pp. 36-38), destacando los elementos consignados en la siguiente tabla:

TABLA 6. Comparativo CFT-IFT.

Indicador	CFT	IFT
En materia de atribuciones:	Presentaba potestades fraccionadas al no estar facultada para sancionar y otorgar concesiones.	Las tiene plenas incluyendo poderes de competencia ex ante y ex post.
	El poder de regulación asimétrica era inoperante.	El poder de regulación asimétrica es pleno.
	Contaba con un esquema sancionatorio débil.	El esquema sancionatorio es fuerte y disuasivo.
En materia de autonomía funcional (aplicación de procedimientos regulatorios independientes y decisiones no sujetas al control de instancias administrativas superiores):	Era un órgano desconcentrado de la SCT con autonomía técnica, operativa, de gasto y de gestión (dependía presupuestalmente de dicha Secretaría).	Es un órgano constitucionalmente autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios.
	Dependía del Ejecutivo para emitir su reglamento interno.	Emita su propio estatuto orgánico.
Otras atribuciones de interés:	Contaba con el apoyo del órgano judicial a través de Tribunales Colegiados de Circuito.	Es acompañado por Juzgados y Tribunales especializados en competencia, radiodifusión y telecomunicaciones.
	En su contexto enfrentaba procedimiento de suspensión en amparo según cada caso.	No procede suspensión en amparo en ningún caso.

Elaborado con base en la información del documento del CIDAC (como se cita en Faya, 2013, pp.36-38).

De la anterior tabla cabe destacar el tema de la “suspensión en amparo”, sobre el cual la OCDE resumió su efecto en la aplicación de políticas públicas para el sector telecomunicaciones y lo que representaba en el contexto previo a la reforma:

“Una de las principales barreras para la competencia es que las decisiones regulatorias no se llevan a cabo o su aplicación es suspendida por los tribunales, lo cual redundará en un menor desarrollo efectivo de la regulación. Los operadores dominantes se han favorecido del débil marco institucional vigente al abusar del singular sistema de amparo mexicano, en virtud del cual las decisiones de regulación que son sometidas a revisión judicial se suspenden en favor del recurrente. (...) Este sistema no sólo alienta la interposición de recursos, sino que produce beneficio económico al

incumbente, de la misma manera que causa daños económicos a los nuevos entrantes. Los procedimientos actuales deben reformarse para permitir que las decisiones permanezcan en vigor hasta que un tribunal decida en otro sentido.” (OCDE, 2012, p. 15)

La evolución de las instituciones rumbo a la autonomía, para ofrecer un mejor servicio a la sociedad, ha sido paralela al estudio de la comunicación política y de la transformación en cómo se ejerce la comunicación social, como se comentó en la sección anterior: de ser una herramienta propagandística a una para la interacción de las instituciones públicas con la ciudadanía, a la posibilidad de erigirse como una “maquinaria” estratégica que gestiona análisis de información sobre el entorno socio-político en el cual se desenvuelva la organización a la que sirve, y con la cual incluso identifica y responde ante acciones destinadas a presionar la toma de decisiones, desestabilizarlas o distorsionarlas.

3.2.2. Las características del IFT y su comunicación social como área clave

Un IFT con una operación óptima, pero además con una reputación saludable y sólida, significa certidumbre jurídica para los agentes económicos regulados y para sus interacciones y actividades comerciales y de consumo, así como desincentivar prácticas anticompetitivas y atender fallas de mercado.

Un órgano regulador que realiza sus funciones (el hecho) y que por ello es bien visto por la sociedad (la percepción), tiene capacidad de incentivar la inversión nacional y extranjera y el desarrollo de tecnología en un mercado estimado, al cierre de 2015, en 35 mil millones de dólares (Etcétera, 2015).

Bajo este racional mínimo es que resulta relevante trabajar de forma paralela no sólo las labores de una institución como el IFT, sino acompañarlas de un adecuado plan de comunicación social, que demuestre visión estratégica para desempeñar sus básico de información y relación con medios, además de, como es el objeto del presente documento, identificar, analizar y atender actores clave y grupos de interés que de

alguna manera ostentan gran poder, ante la presión de los cuales no es pertinente ni viable ceder en los procesos de toma de decisiones.

Para comenzar a analizar la comunicación social del IFT, se retomará a continuación un contexto normativo: a) de la institución que la alberga a la Coordinación de Comunicación Social, el IFT y b) de las funciones de dicha Coordinación.

3.2.2.1 ¿Qué hace el IFT?

Como se revisó en el apartado anterior, el IFT cuenta con ciertas características de autonomía que fomentan que existan ventajas para la sociedad en general. Dichas ventajas serán gestionadas y alcanzadas a través de las funciones del instituto que, en términos generales, son: regular, promover y supervisar el uso, aprovechamiento y explotación de el espectro radioeléctrico, los recursos orbitales, los servicios satelitales, las redes públicas de telecomunicaciones, la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como el acceso a la infraestructura pasiva y activa; todo esto asentado en la LFTyR (Presidencia de la República, 2014, p. 7).

Los objetivos institucionales del IFT, alineados a su corazón ideológico (Misión, Visión y Valores), así como retomar los contenidos vertidos en el Decreto de Reforma Constitucional (Presidencia de la República, 2013, p.3) y la mencionada LFTyR abarcan:

1. Contribuir a la libertad de expresión y el acceso universal a la información, impulsando la pluralidad y diversidad en los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión.
2. Garantizar la competencia y la libre concurrencia, así como eliminar las restricciones a la convergencia e innovación de los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión.
3. Promover el acceso universal a los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión en condiciones de calidad, precios competitivos y seguridad.

4. Regular y supervisar en forma eficaz y oportuna el uso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico, las redes y los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión.
5. Proteger los derechos de los usuarios y las audiencias en lo referente a los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión.
6. Ser un regulador eficaz, imparcial, transparente y con mejores prácticas de gestión (IFT, 2016 c).

3.2.2.2. ¿Qué hace la Coordinación de Comunicación Social del IFT?

Con las características mencionadas sobre el Instituto, así como la orientación de sus funciones, se crea, dentro del Estatuto Orgánico vigente, Art. 77 (IFT, 2014 b, p. 59), la Coordinación general de Comunicación Social, y sus funciones en las siguientes 10 Fracciones (ver Tabla 7).

Para complementar el presente trabajo, así como obtener detalles adicionales sobre la información documental, se entrevistó Edgar García, entonces titular de la Coordinación General de Comunicación Social del IFT, quien también colaboró en dicho puesto durante la etapa final y transición institucional de la CFT (comunicación personal, 28 de diciembre, 2016).

Precisamente se le preguntó cómo se definieron los lineamientos para establecer las funciones de dicha Coordinación y su participación en la elaboración del Estatuto Orgánico del IFT, en materia de lo que debe ser su comunicación social y su objetivo. Al respecto comentó:

“Ante todo (*el objetivo era*) hacer un área de comunicación eficiente, moderna, alejada de vicios que pudieran presentar herencias o usos y costumbres en otras oficinas de comunicación social.

Por ejemplo, máxima efectividad en el uso de recursos, estamos hablando de poco equipo, pero altamente capacitado para poder atender lo que se requiere. Una flexibilidad para poder integrarte a diferentes temas, a

diferentes proyectos, sin desatender las obligaciones básicas que marca la descripción de tu puesto. Esto es un poco funcionar como una agencia de comunicación. Entonces puedes tener muchos proyectos, pero tu sabes que tu tarea más importante es una sola, sin descuidar todo, puedes estar ahí sumado.

Proteger también el tema patrimonial, es decir, sentar las bases para evitar en la medida de lo posible o minimizar, actos de corrupción y por supuesto cuidar muchísimo la confidencialidad de la información con la que trabajamos.” (E. García, comunicación personal, 28 de diciembre, 2016) ¹⁰

Sobre el proceso de elaboración del Estatuto referido, E. García agregó que fue muy discutido definir si la Coordinación debía depender del Pleno o del presidente del instituto, sobre lo cual se resolvió lo segundo por un tema administrativo, respetando que “las políticas de comunicación tienen que ser aprobadas por el Pleno, pero la ejecución es del Presidente” (E. García, comunicación personal, 28 de diciembre, 2016).

Aquí cabe mencionar que el Pleno del IFT está integrado por siete comisionados, incluido el presidente, y que el Pleno es el órgano de gobierno del Instituto. Sus principales funciones son planear, formular y conducir las políticas y programas, así como regular el desarrollo de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México en estricto apego a derecho de los usuarios de estos servicios (IFT, 2014 c, pp. 4-6). Esta acotación se debe a que termina por definir, en la práctica, una función para la Coordinación de Comunicación Social que pudiera no ser muy visible: que debe atender las exigencias informativas del Pleno y de cada uno de los comisionados, ya sea priorizando y/o conciliando para poder organizar el trabajo cotidiano.

¹⁰ La entrevista íntegra se encuentra en el Anexo IV.

TABLA 7. Comparación de las Funciones de la Coordinación de Comunicación Social del IFT con el concepto de Comunicación Social.

Funciones de la Coordinación de Comunicación Social del IFT	Alineación con la definición de Comunicación Social y sus características ¹¹
<p>i. Coordinar y manejar la imagen institucional del Instituto, así como <u>ejecutar la política y estrategia de comunicación social y de relaciones públicas</u> que determine el Pleno;</p> <p>ii. <u>Formular y proponer</u> al Presidente <u>el programa</u> para dar cumplimiento a la política y estrategia de comunicación social del Instituto;</p> <p>iii. Emitir la información a través de los diferentes medios de comunicación, sobre el desarrollo de los programas y actividades del Instituto, así como conducir los programas de comunicación social y campañas de difusión e información del Instituto, y consultar las particularidades de las campañas de difusión y el contenido de los mensajes específicos con las áreas especializadas, así como evaluar los resultados de las mismas;</p> <p>iv. Coordinar las relaciones del Instituto con la prensa escrita y los medios informativos en general, elaborar y distribuir boletines de prensa, así como coordinar la realización de entrevistas a los funcionarios del Instituto;</p> <p>v. <u>Coordinar las relaciones públicas del Instituto</u> en materia de comunicación social, conforme a las indicaciones del Presidente, <u>con dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, de las entidades federativas y municipios, y otros organismos públicos o privados</u>;</p> <p>vi. Coordinar la publicación y distribución de informes del Instituto, así como de las publicaciones oficiales del mismo y divulgarlas a través de distintos medios impresos o electrónicos. La producción editorial que realice el Instituto estará a cargo de un Comité Editorial autorizado por el Pleno;</p> <p>vii. <u>Identificar, analizar y procesar la información de los medios de comunicación</u>, referentes a los acontecimientos de interés del Instituto;</p> <p>viii. Alinear la identidad gráfica del portal de Internet del Instituto de acuerdo con el manual de imagen, así como publicar oportunamente los comunicados de prensa, y presentaciones, discursos, videos y entrevistas otorgadas por los Comisionados del Instituto;</p> <p>ix. Facilitar el acceso a redes sociales desde el portal de Internet del Instituto con el propósito de <u>soportar y fortalecer las capacidades institucionales de atención a las agendas de usuarios de servicios y audiencias</u>, así como <u>diseñar la estrategia de participación del Instituto en redes sociales</u>, y</p> <p>x. Las demás que le confieran el Pleno o el Presidente, así como las que se señalen en otras disposiciones legales o administrativas.</p>	<p>En resumen, es factible destacar los siguientes planteamientos de las funciones que, de manera normativa, tiene la Coordinación que se está analizando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación social para el IFT es concebida sin ambigüedades con un carácter estratégico. • Es muy robusta la mención a su labor con medios de comunicación, ya sea por la vía editorial (periodística) y por la vía comercial (publicitaria), donde se considera: <ul style="list-style-type: none"> ○ El análisis y procesamiento de información publicada en medios como parte de una previsión y conocimiento del entorno. ○ La integración de analizar y atender redes sociales y ya no sólo medios tradicionales. • Se integra la función de ejercer relaciones públicas, con lo que se enriquecen sus capacidades y alcances con organismos públicos y privados, ya no se limita sólo a trabajo con medios. • Contempla trabajo y coordinación con públicos internos tomadores de decisión, tales como el Comisionado Presidente, en lugar de sólo medios y públicos externos. <ul style="list-style-type: none"> ○ El Comisionado Presidente no es el único público interno al que se deba atender para generar y emitir la comunicación, es decir, su labor tiene un carácter institucional y no de promoción de un personaje. • Estipula la rendición de cuentas como parte del trabajo de comunicación.

Elaboración propia.

¹¹ Vid supra Capítulo 2, sección 2.2.1.

Sobre las funciones del Pleno, E. García comentó:

“Primero, si bien el Pleno está compuesto por siete personas, las resoluciones del Pleno son únicas, es decir, yo (*encarnando a la Coordinación*) no me pongo a defender, la opinión o la posición de cada uno de los siete comisionados. Yo comunico lo que se aprueba o no se aprueba, nada más, no particularizo en una o en otra persona.

“Segundo, los temas que se presentan en el pleno, son los temas que prepararon las Áreas Técnicas, yo trabajo con ellos permanentemente porque ellos son los voceros de los temas técnicos, ellos aparecen, ellos dan su mensaje; nosotros facilitamos, somos facilitadores, generamos el entorno, el contexto para que ellos puedan dar sus pláticas a los medios y ya.

“La verdad es que cuando hay una solicitud de un comisionado en particular la atendemos con todo gusto, sin embargo, también hay que decirlo: cada comisionado maneja en lo personal su propia agenda. Por ejemplo, hay comisionados que les gusta participar mucho en medios, hay comisionados que no les gusta participar con medios de comunicación. Entonces ahí sí es voluntario, no puedes violentar, digamos los deseos y el perfil que le dan a su propia gestión cada uno de los comisionados.” (E. García, comunicación personal, 28 de diciembre, 2016)

Esta particularidad hace pensar que es necesario formular un análisis adicional, en independiente, sobre el contexto interno y externo que enfrenta la Coordinación de Comunicación Social, para corroborar si está respondiendo a necesidades establecidas del IFT o si se basa sólo en supuestos.

3.2.2.2.1. Esquema de Análisis para una Oficina de Comunicación Social

Para proponer un esquema de análisis que arroje información sobre la funcionalidad de la institución y su comunicación social ante la información difundida por medios de comunicación y las manifestaciones de grupos de interés, este trabajo parte de dos preceptos:

- Conocer las funciones de la institución a la que sirve.

- Conocer el contexto de la institución a la que sirve.

Cómo desmenuzar las diferentes variables que se pueden aplicar a cada uno de estos preceptos no es sencillo, por lo que se esbozó un esquema de análisis utilizando conceptos y nociones del estudio de la opinión pública y la comunicación social (Vaca, 2016), así como elementos del estudio de la comunicación gubernamental (Canel y Sanders, 2010, p. 36).

La información que arrojó el esquema de análisis se puede ver en la Tabla 8. De esta se puede resaltar lo siguiente:

- El IFT y su Coordinación de Comunicación Social enfrentan un contexto externo político-social complejo, derivado de su naturaleza regulatoria: diversos públicos y alta posibilidad de conflictos de cada uno de estos por lograr sus metas.
 - Los medios de comunicación son actores relevantes y participativos, no sólo transmisores del mensaje.
 - Los actores y grupos de interés utilizan los medios de comunicación para exponer sus posturas abiertas o encubiertas.
 - Este mismo contexto hace pensar que la Coordinación estaría obligada a planificar e implementar su labor más allá de la gestión de medios (acaso un aspecto de la función social de la comunicación gubernamental).
- La autonomía y el carácter colegiado del IFT generan un contexto interno también complejo. Al mismo tiempo que le confiere independencia, legitimidad y credibilidad en su toma de decisiones, genera grandes retos cotidianos por conciliar agendas e intereses entre Comisionados, para emitir una comunicación institucional y de no posicionamiento de personajes ni intereses particulares.

TABLA 8. Esquema de Análisis de Oficina de Comunicación Social – Contexto Externo.	
Gobierno (centralizado/descentralizado):	Centralizado al Ejecutivo, pero el IFT cuenta con autonomía en decisiones, funcionamiento, personalidad jurídica y patrimonio.
Capacidad de manejar información (centralizada/descentralizada):	Dada su autonomía, es descentralizada.
Duración de mandato (en relación al IFT):	Ejecutivo dura seis años, sin posibilidad de reelección, no tiene relación con el periodo de Comisionados. Los siete Comisionados del IFT, incluido su Presidente, son designados en forma escalonada a propuesta del Ejecutivo con la ratificación del Senado. El Comisionado Presidente es nombrado por el Senado (voto de dos terceras partes de los miembros presentes) dura cuatro años con posibilidad de reelegirse un periodo más.
<i>Sistema de medios (tradicionales):</i>	
Público/privado:	Privado con presencia de medios públicos y comunitarios en las diferentes entidades de la República.
Financiamiento:	Los medios privados, primordialmente por vía comercial-publicitaria; en menor grado inserciones pagadas de políticos y gobiernos (publirreportajes).
Independencia del Gobierno:	Alta en medios nacionales (gran capacidad de participar como actores políticos no vinculados al gobierno; cuentan con capital para negociar); baja en medios locales del centro y sur del país.
Regulación:	Baja, aplicable a libertad de expresión, acceso a la información gubernamental, pero no sobre calidad de información y verificación de fuentes.

Elaboración propia con información de: Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (DOF, 2016), Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2014 b), Canel y Sanders (2003, pp.12-15) y Guerrero (2010, pp.273-279).

E. García (conversación personal, 28 de diciembre, 2016) agregó que hay ciertas diferencias entre un área de comunicación social de, por ejemplo, una Secretaría de Estado y la Coordinación de Comunicación del IFT, y refiere: las Secretarías de Estado tienen dependencia de otras entidades, por ejemplo, de la Secretaría de Gobernación o de Presidencia de la República; mientras que el IFT, al ser autónomo no tiene esta relación subordinada. Por otro lado, mencionó, en las Secretarías hay más discrecionalidad sobre el manejo de recursos, mientras que en el IFT debe imperar la transparencia, la Coordinación de Comunicación no tiene un Área Administrativa, “hay un enlace que le reporta al área de administración, pero en las Secretarías de Estado tienen a su propio Coordinador Administrativo que depende del Director de Comunicación” (E. García, conversación personal, 28 de diciembre, 2016).

TABLA 9. Esquema de Análisis de Oficina de Comunicación Social - Contexto Interno.	
Atribuciones establecidas en leyes:	Si, en la Constitución y LFT, así como documentos derivados como el Estatuto Orgánico; tanto para IFT como su comunicación social.
Qué debe comunicar el IFT al exterior:	Regulación de telecomunicaciones, alcance de objetivos y logros, agenda de comisionados, rendición de cuentas.
Presupuesto:	Sí, del instituto autónomo, como el área para vía publicitaria y gestión de funciones.
Organigrama:	El actual cuenta con tres grandes áreas agrupadas en Direcciones de Comunicación y Medios, Difusión e Imagen Institucional y Análisis y Publicaciones. Éstas se distribuyen las actividades abarcando relación y análisis de medios (la más robusta); publicidad; diseño de publicaciones impresas y digitales y análisis de redes sociales. Proceso planificado (estratégico) y no reactivo sobre una decisión de acción política.
<i>Liderazgo:</i>	
Competencia comunicativa:	De acuerdo con los estatutos del IFT, el liderazgo sobre los temas de comunicación recae en dos figuras: el Comisionado Presidente y el Coordinador General de Comunicación Social; aunque tiene riesgo de fragmentarse el resto de los Comisionados en ausencia de un acuerdo del Pleno.
Poder de decisión sobre la comunicación (de la integración de la oficina y por encima de la oficina; agenda temática; participación con públicos internos):	Nuevamente, recae en Comisionado Presidente y Coordinador General de Comunicación Social; para asegurar este poder se requiere de generar acuerdo en el Pleno para garantizar la comunicación como institución y no como individuos.
<i>Tareas del equipo de comunicación:</i>	
Grado de estrategia deseado:	Diseño de planes de comunicación generales y ante coyunturas sobre decisiones del Pleno y funciones del IFT (licitaciones, delimitación de procesos como el TDT, entre otras) y actividades de vinculación con Poder Legislativo. Se genera una agenda para difusión externa, requiere interacción con los Comisionados y especialistas técnicos.
Mapa de Públicos:	Segmentación media, debido al nivel técnico especializado de la información propia del sector: concesionarios y permisionarios (regulados); usuarios consumidores de servicios de telecomunicaciones; analistas y académicos independientes; ONG's representantes/agrupadoras de: usuarios y consumidores, académicos y analistas; empresas de análisis financiero y de mercado; medios de comunicación.
Manejo de medios (objetivo de la relación; hay fuente especializada; a quiénes atender):	Objetivos de difusión a través de reporteros y columnistas, así como por la vía publicitaria, acerca de las decisiones del Pleno y las funciones del IFT. Sí existe una fuente especializada en el sector, así como columnistas y articulistas. Se debe dar atención a todos con diferentes tácticas acorde a su jerarquía.
Relación política y comunicación:	Alta, se ha detectado que los diversos actores (regulados) han establecido agendas para influir en decisiones legislativas y del Pleno.
Coordinación con diferentes unidades:	Se da coordinación de diferentes temas con los siete Comisionados y especialistas técnicos dentro del IFT, para proveer a los medios y sus públicos con información.
Concepción de mensajes (adaptación a los diferentes públicos):	A grandes rasgos se generan diferentes mensajes y uso de canales acorde al público que se desea alcanzar: la comunicación técnica especializada se proporciona a los regulados de forma directa y con los canales que señalan las leyes y reglamentos; una versión explicada se difunde a través de los reporteros de la fuente; y al público en general a través de la publicidad.
Respuesta al público (el público ya categorizado es relevante en la toma de decisiones; el entendimiento mutuo es un objetivo de comunicación):	Usuarios de: telefonía móvil y fija, televisión de paga e internet. Vía telefónica (01800 2000 120) e-mail: atencion@ift.org.mx y ventanilla. Usuarios y regulados para trámites mediante: Unidades de Cumplimiento, de Concesiones y Servicios, de Política Regulatoria, de Medios y Contenidos Audiovisuales, de Competencia Económica; así como la Coord. Gral. De Política de Usuario, y la Autoridad Investigadora. Además de la atención tradicional a medios, gestiona las solicitudes de acceso a información y transparencia.
Medición de resultados:	Informes trimestrales como IFT.
Análisis de información (recopilar, sistematizar, tiempo):	Se tiene el área de análisis de prensa, se gestiona con proveedor el clipping y monitoreo de medios, el análisis se hace interno respecto a los temas de interés (de la agenda o emergentes).
Participación en procesos de Acceso a la Información:	El área realiza las gestiones de solicitud de información (acceso y transparencia) con los enlaces correspondientes y les da cause.

Elaboración propia con información de: Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (DOF, 2016), Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2014 b), Tabla de seguimiento en medios, Anexo I, Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016 b), Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016 d).

Para cerrar este segmento, al dialogar sobre la labor de la Coordinación de Comunicación en función de la labor del IFT, se cuestionó a E. García sobre por qué una institución pública debe dirigirse a la opinión pública en general y dar difusión a las políticas públicas que implementa, a lo que contestó que:

“En Gobierno, cualquier área de gobierno es clave que los gobernados sepan que está haciendo la autoridad. Un órgano autónomo (el IFT) que está cambiando literalmente la forma de operar y actuar de un sector que estuvo parado más de 20 años (*debe operar sus políticas*) comunicando. Hay cosas como cambios de tarifas, de planes, los derechos de los usuarios, etcétera, etcétera, que la única manera (*de fomentar*) que pueden hacer uso de estos derechos (*los usuarios*) es conociéndolos, y nuestra labor es acércales la información para que ellos tomen las mejores decisiones.” (E. García, conversación personal, 28 de diciembre, 2016)

3.3. Características de la Política TDT y su contexto

El 31 de diciembre del 2015 concluyó el plazo para que concesionarios y permisionarios de televisión realizaran las inversiones e instalaciones necesarias para transitar de la televisión analógica a la televisión digital terrestre o TDT (IFT, 2014 c, p. 3)¹². Anteriormente, esta política requirió un largo camino de ajustes, reformas y modificaciones, desde su primera versión en el año 2004, hasta la promulgación del documento vigente, en 2014 (ver Tabla 10).

La política abarca objetivos, lineamientos, requisitos, condiciones y obligaciones que conlleva el proceso de transición a la TDT; a la vez que busca promover la prestación del servicio de radiodifusión por parte de los concesionarios y permisionarios de televisión.

¹² Donde incluso se define: “Televisión Digital Terrestre: Tecnología que comprende la codificación de señales, el multiplexeo de las mismas y otros datos, así como la codificación final, modulación y transmisión por medio del Espectro Radioeléctrico atribuido al Servicio de Radiodifusión”.

TABLA 10. Antecedentes de la Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre.

EMITE	TÍTULO	OBSERVACIONES
DOF 02/07/2004 SCT	“ACUERDO por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México.”	Adopción del estándar tecnológico TDT. Establece la política de transición. Se establecen los objetivos de la política: Inclusión Digital; Fortalecimiento de la Actividad (involucrando a concesionarios y permisionarios); Incorporar y desarrollar los nuevos servicios que se requieran; Optimizar el Espectro. Se establecen los primeros calendarios del “apagón analógico”.
DOF 04/05/2012 CFT	“ACUERDO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004.”	Se resuelve la “Controversia Constitucional 7/2009” interpuesta por las Cámaras de Senadores y Diputados (15/11/2011) sobre las atribuciones de la CFT. Al respecto la SCJN respalda a la Comisión al argumentar que el Congreso de la Unión confirió a ésta la facultad exclusiva en materia de radiodifusión y televisión que era de la SCT. Se modifican elementos del acuerdo 02/07/2004; se reconoce al “público” (autoridades locales y federales, legisladores, productores, medios de comunicación y sociedad civil), como parte fundamental del proceso de transición. Se reconoce la necesidad de proveer información al público sobre el proceso.
DOF 04/04/2013 CFT	“ACUERDO por el que se modifica el Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, y que se publicó el 4 de mayo de 2012.”	Se modifican los plazos para realizar el “apagón analógico” en Tijuana (primera sede de implementación) hasta mostrar una penetración del 90% en los hogares; se establece inicio del proceso para el 28 de mayo del 2013. Se integran otras modificaciones al Acuerdo 02/07/2004.
DOF 01/06/2013 CFT	“ACUERDO por el que se modifica el Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, modificado el 4 de mayo de 2012 y 4 de abril de 2013.”	Nuevamente se busca postergar el “apagón analógico” ahora bajo argumentos de que podría afectarse a ciudadanos y su participación electoral pues, de realizarse el “apagón” no podrían recibir mensajes de autoridades y partidos políticos locales. Se determina como fecha de terminación de señal analógica para el 18 de julio del 2013. Se integran modificaciones a los Acuerdos 04/05/2013 y 04/04/2012.
DOF 11/06/2013 Presidencia de la República / SEGOB / Congreso de la Unión	“DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones.”	Componente rector de la llamada “Reforma al sector telecomunicaciones”. Implica nivel de profundidad constitucional. Se crea el IFT.
DOF 31/07/2013 CFT	“ACUERDO por el que se modifica el Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, modificado el 4 de mayo de 2012, 4 de abril de 2013 y 1 de junio de 2013.”	Se establecen calendario y fechas para la terminación de la señal analógica al 29 de mayo del 2014. Se reitera la necesidad de informar a las poblaciones en las que se realice la implementación del “apagón” y utilizar atención telefónica con un número “01-800” y un Módulo de Atención Ciudadana temporal en las ciudades que corresponda.
DOF 07/05/2014 IFT	“ACUERDO por el que se modifica el diverso por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004.”	Modificaciones al documento del 02 de julio del 2004.
DOF 11/09/2014 IFT	“Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre”	Texto de la Política vigente y de los detalles de implementación que culminó el 31 de diciembre del 2015. Se establece que los concesionarios y permisionarios de televisión están obligados a informar con precisión a la población sobre el proceso, a través de sus señales analógicas (al menos dos veces al día) y dentro de su horario de mayor audiencia. También el IFT debía proporcionar información correspondiente a la población por los medios que se estime adecuado.

Elaboración propia.

El Artículo 4 contiene el propósito de terminar las transmisiones analógicas con la fecha límite señalada al inicio de esta sección, así como los objetivos a cumplir:

- a) Generar condiciones para la existencia de señales de TDT en el país para garantizar la transición de analógico a digital del Servicio de Radiodifusión.
- b) Generar condiciones para que los Concesionarios de Televisión y Permisionarios de Televisión puedan prestar a la sociedad el Servicio de Radiodifusión con imágenes y sonido de mayor fidelidad y/o resolución, que las que actualmente permiten las Transmisiones Analógicas.
- c) Fomentar el sano desarrollo de los Concesionarios de Televisión y Permisionarios de Televisión en un entorno dinámico que favorezca una mayor competencia, cobertura y convergencia de servicios en beneficio del público.
- d) Impulsar el uso racional y planificado del Espectro Radioeléctrico que favorezca la utilización eficiente de la infraestructura de transmisión y promueva su mejor aprovechamiento, utilizando el estándar A/53 de ATSC, así como otros estándares compatibles con su desarrollo y evolución para ofrecer un mejor servicio al público (IFT, 2014 c).

La política cuenta con 25 Artículos distribuidos en cuatro Capítulos: Disposiciones Generales; Transición a la TDT; Operación; Verificación, Supervisión y Sanciones; y un apartado de transitorios, que a grandes rasgos contienen las siguientes disposiciones para los dos participantes principales: el IFT y los Concesionarios de Televisión y Permisionarios de Televisión (ver Tabla 11).

La implementación de dicha política requirió una coordinación entre diversas dependencias lideradas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), y que incluyó a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), bajo la consigna de que, al ser “la radiodifusión de señales de televisión (...) un servicio

público de interés general, (...) el Estado está obligado a garantizar que sea prestado” (SCT, 2014 a, p. 11)¹³.

TABLA 11: Disposiciones de la Política TDT tanto para el IFT como para los Concesionarios y Permisarios de Televisión.

PARTICIPANTE	DISPOSICIONES
IFT	<p>Reitera atribuciones Constitucionales y por Ley del Instituto: regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y la prestación del servicio de radiodifusión; autoridad en materia de competencia económica del sector.</p> <p>Analizar e implementar acciones para garantizar la continuidad del Servicio de Radiodifusión en poblaciones marginadas y rurales y zonas de difícil recepción de señales TDT.</p> <p>Proporcionar materiales e información para apoyar el proceso de concesionarios y permisarios para informar al público. Proporcionar información a la población mediante campañas publicitarias en medios de comunicación masiva, volantes, sesiones informativas, portal de internet o cualquier medio adecuado.</p> <p>Atribuciones para realizar visitas de verificación o acciones de monitoreo, para corroborar el cese de transmisiones analógicas y la realización de transmisiones TDT; así como para realizar las sanciones a infracciones en términos de lo dispuesto en la Ley.</p>
Concesionarios de Televisión y Permisarios de Televisión	<p>Obligación a realizar todas las inversiones e instalaciones necesarias para transitar a la TDT, a más tardar el 31 de diciembre de 2015.</p> <p>Requisitos administrativos y técnicos que cumplir para asignación de Canal Adicional y Operación Intermitente.</p> <p>Cumplimiento en asegurar la continuidad del Servicio de Radiodifusión y garantizar la adecuada transmisión de las señales de TDT.</p> <p>Obligación a proporcionar información diaria a la población sobre el proceso. Proporcionar información a la población al menos dos veces al día sobre la fecha y hora exacta de terminación de transmisiones analógicas, a través de su programación y dentro de su horario de mayor audiencia.</p> <p>Uso del estándar de transmisión de la TDT: A/53 de Advanced television Systems Committee (ATSC).</p> <p>Características de la calidad de video igual o superior a la máxima calidad analógica: 480 líneas entrelazadas en una relación de aspecto de 4:3 ó de 16:9. Calidad de video de 720 líneas progresivas ó 1080 líneas entrelazadas, en una relación de aspecto de 16:9 será calidad de alta definición (HDTV). Y características del nivel de intensidad de campo.</p>

Elaboración propia con información de IFT (2014 c).

Cabe reiterar que, el IFT estaba obligado por Ley a ser la institución coordinadora en la implementación de la política, dadas sus atribuciones y funciones de regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y la prestación del servicio de radiodifusión, así como de generar las condiciones para la transición de señales y la existencia de la TDT (IFT, 2014c, pp.1-3).

¹³ El resaltado en la cita es de este trabajo.

Para cerrar con este segmento de la investigación es pertinente reiterar que el cambio tecnológico de televisión analógica a la televisión digital terrestre se ha venido dando en diversos países, cada uno de los cuales ha enfrentado sus propias situaciones y retos al momento de diseñar e implementar su política de transición y de apagón analógico. Con el acontecer de dichas implementaciones y su finalización han ido apareciendo diversas publicaciones reseñando los procesos, lo cual permite observar algunas de sus características comunes, pero también poner atención en las diferencias.

Sin pretender que este trabajo se convierta en un comparativo de transiciones TDT, es factible señalar que habría necesidad de establecer ciertos criterios a comparar, como pueden ser: el tipo de gobierno e incluso el *modelo de democracia* (Lijphart, 2000); la capacidad de toma de decisión ya sea centralizada o descentralizada; la existencia o ausencia de un órgano regulador y su nivel de dependencia o autonomía del gobierno central; además del llamado sistema de medios (Canel y Sanders, 2003) que abarca a su vez criterios como la propiedad de los medios, su forma de financiamiento, su dependencia del gobierno y la normatividad que les regule. Criterios que coinciden con los propuestos en la Tabla 8 para un análisis de comunicación social y que son derivados del estudio de la comunicación política.

Con la propuesta anterior se puede establecer brevemente y a manera de ejemplo, que la política TDT en España manifestó diferencias del caso mexicano (Impulsa TDT, 2010; Ortega, 2011; Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica, 2016) debido a: su sistema parlamentario (en México presidencial); la ausencia de un único órgano para la implementación, regulador y autónomo (sí existente en México); un sistema de medios que inició público y se volvió mixto, que determinó el inicio de la TDT como un servicio provisto por un particular y con costo al usuario, cuyo fracaso motivó cambiar la transición a una política pública que terminó implementándose por fases sujetas a núcleos de población (en México se diseñó desde un inicio como

política pública implementada por fases sujetas a zonas geográficas)¹⁴: considerando también que en España se estimó en 2010 una población de 46,157,822 habitantes, mientras que en México en el mismo año se estimó la existencia de 112,336,538 habitantes (INEGI, 2011), que junto con las diferencias en niveles socioeconómicas y otro cúmulo de determinantes habrán de terminar por definir cada política en particular.

3.3.1. Relevancia de la Política TDT

La transición y el uso de TDT es relevante debido a una variedad de argumentos. Para facilitar su visualización es factible dividirlos en dos tipos: 1) por sus beneficios estimados; y 2) por las garantías que ofrece (y su vínculo) al desarrollo humano. Aún cuando desde la perspectiva de los mismos beneficios se pueden entremezclar ambas, pues lo que se busca en el mediano y largo plazo es fomentar la igualdad de oportunidades y contribuir al desarrollo social al propiciar el acceso de los mexicanos a servicios de telecomunicaciones y a la sociedad de la información y del conocimiento.

1) Relevancia por garantías y vínculo con el desarrollo humano

En México existe una serie de garantías o derechos en torno a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC o TIC's). Partiendo de lo que se establece en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión:

“Las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general.

“En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación (...) que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y las libertades de las personas.

“El Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y soberanía de la nación y garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para

¹⁴ Las acotaciones en paréntesis sobre el caso mexicano son del presente trabajo.

tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.” (Presidencia de la República, 2014, p. 1)¹⁵

En este mismo sentido, y con disposiciones que han agregado profundidad constitucional a partir de la llamada “Reforma al sector telecomunicaciones”, el Estado garantiza otros elementos relacionados con las telecomunicaciones y los derechos de la ciudadanía, como se puede ver en la Tabla 12 que se muestra a continuación.

TABLA 12. Aspectos de interés a partir de la llamada Reforma al Sector Telecomunicaciones.

ARTÍCULO	Reformas y Adiciones	ASPECTOS DE INTERÉS
6º	Reforma Párrafo primero. Adicionan párrafos segundo, tercero y cuarto, pasando el actual párrafo segundo a ser apartado A del párrafo cuarto, y un apartado B.	Derecho a la información garantizado por el Estado. Toda persona tiene derecho al libre acceso a la información. El estado garantiza el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet y condiciones de competencia efectiva. El Estado garantiza a la población su integración a la sociedad de la información y el conocimiento, mediante una política de inclusión digital universal. Creación de organismo autónomo.
7º	Reforma Artículo 7º.	El derecho de difundir opiniones, información e ideas no puede ser restringido por vías o medios indirectos, ni por otros medios y tecnologías de la información y comunicación.
27	Reforma Párrafo sexto.	Explotación de recursos de la nación vía concesiones otorgadas por el Ejecutivo, salvo en radiodifusión y telecomunicaciones, donde serán otorgadas por el IFT.
28	Reforma Párrafo segundo. Adicionan párrafos decimotercero al trigésimo.	Castigo y persecución a concentradores y acaparadores de artículos de consumo necesario (manipulación de precios) y por afectación a la libre competencia en perjuicio del público en general. Creación de la Comisión Federal de Competencia Económica, como organismo autónomo. Papel del IFT como autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, y su exclusividad en estas facultades; otorgamiento, revocación, autorización de cesiones o cambios de control accionario, entre otras, de su sector.
73	Reforma Fracción XVII.	Reconoce facultades del Congreso para dictar leyes sobre vías de comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, radiodifusión, telecomunicaciones, incluida la banda ancha e internet.
78	Reforma Fracción VII.	Sobre nombramientos que realiza el Presidente.
94	Reforma Párrafo sexto.	Atribución del Consejo de la Judicatura para determinar número, división en circuitos, competencia territorial y especialización por materias, entre las que se incluyen radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica, para generar “tribunales especializados”.
105	Adicionan inciso l) a la Fracción I.	Facultades de la SCJN en materia de controversias constitucionales que se susciten entre: dos órganos constitucionales autónomos, y entre uno de estos y el Poder Ejecutivo o el Congreso de la Unión.

Elaboración propia con información de Presidencia de la República (2014).

¹⁵ El resaltado en esta cita es de este trabajo.

A decir de Ernesto Villanueva y Vanessa Días, además de fortalecer las libertades de expresión y acceso a la información y a tecnologías de información (banda ancha e internet), la Reforma habría establecido que el Estado garantizaría que “los servicios de telecomunicaciones sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias, y los de radiodifusión en condiciones de pluralidad y calidad” (Villanueva y Días, 2015, p. 16); además de sentar las bases para poder concebir una “política de inclusión digital universal, y se crea una agenda digital nacional” (Villanueva y Días, 2015, p. 17).

Lo postulado en México proviene en mayor o en menor medida de documentos y eventos fundamentales como la “Declaración del Milenio” que hiciera la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2000, en cuya sección sobre “El desarrollo y la erradicación de la pobreza” se postula la necesidad de: “Velar por que todos puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones” (ONU, 2016, p. 6); mientras que en la sección correspondiente a: “Derechos humanos, democracia y buen gobierno” se establece “Garantizar la libertad de los medios de difusión para cumplir su indispensable función y el derecho del público a la información” (ONU, 2016, p. 7).

Otro documento que aborda el tema es el de los “Objetivos de Desarrollo del Milenio”, también de la ONU, donde el “Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo”, se plantea: “En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones” (ONU, 2016)¹⁶.

Estos planteamientos no son sino la manera de aterrizar conceptos sobre desarrollo humano en su concepción moderna y amplia (cuasi filosófica), donde de acuerdo al

¹⁶ En la información consultada hay una variación respecto a la sección a la que corresponde a las TIC's, en algunos documentos se le asigna la letra “D” en otros la “F”, así como también se percibe que al documento se le han ido actualizando sus indicadores con el paso del tiempo.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): “El objetivo básico del desarrollo es crear un ambiente propicio para que las personas disfruten de una vida prolongada, saludable y creativa” (PNUD, 2010, p. 12); ya no sólo la preocupación inmediata de acumular bienes de consumo y riqueza financiera. Más aún:

“El desarrollo humano es el proceso de expansión de las oportunidades del ser humano, entre las cuales las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y lograr un nivel de vida decente. Otras oportunidades incluyen la libertad política, la garantía de los derechos humanos, el respeto a sí mismo.” (PNUD, 2010, p. 12)

Por lo que, resumiendo todo lo anterior, se debe entender que:

- El desarrollo se vincula con la libertad de las opciones humanas (libertad de oportunidades) y participación en los procesos (libertades de proceso).
- Debido a su amplitud y generalidad, es aplicable a todos los países: menos desarrollados y altamente desarrollados.
- Algunos temas relacionados que se enuncian originalmente abordan: privaciones, desigualdad, empoderamiento¹⁷; las diferencias entre habitantes rurales y urbanos; hombres y mujeres; ricos y pobres; énfasis en la libertad política, la opinión, la rendición de cuentas y la práctica democrática.

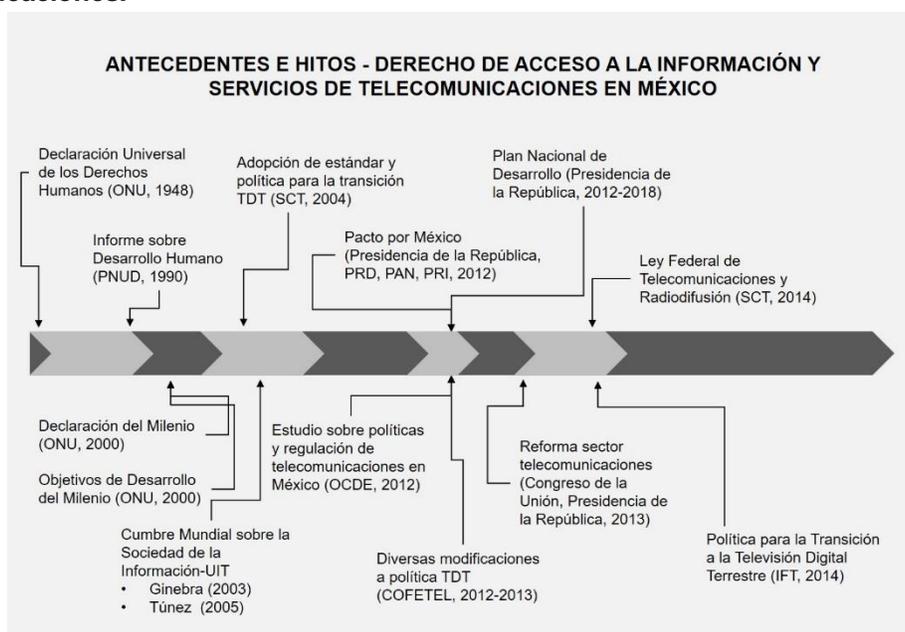
Dentro de este mismo campo, como antecedente directo a la relevancia de las TIC's que justifica su consideración en las políticas públicas de los países miembros de la ONU, está la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, específicamente en dos de sus fases:

- Ginebra-2003.- fase de formalizar la voluntad política y establecer compromisos orientados, entre otras cosas, a “identificar aspectos de política pública relativas a las funciones y responsabilidades respectivas de los gobiernos y el internet” (Villanueva y Díaz, 2015, p. 2).

¹⁷ El mismo PNUD (2010) comenta que: “El alcance del empoderamiento y de su expresión se ha ampliado, gracias a la tecnología y las instituciones. En particular, la proliferación de la telefonía móvil y la televisión satelital, así como el aumento del acceso a Internet, han contribuido a ampliar la disponibilidad de información y la capacidad para expresar opiniones”.

- Túnez-2005.- fase para poner en marcha el plan establecido, y donde se pone de manifiesto que “el sector público es actor decisivo en el proceso y fomento de establecimiento de servicios públicos” (Villanueva y Díaz, 2015, p. 2) dentro de la sociedad de la información. Así también “se sostiene el objetivo sobre el fomento de las oportunidades digitales mediante la ampliación del acceso, la conectividad y el desarrollo de infraestructuras” (Villanueva y Díaz, 2015, p. 2), en un entorno de transparencia y competitividad para obtener los beneficios económicos y sociales que se buscan.

FIGURA 4. Antecedentes e hitos – Derecho y acceso a la información y servicios de telecomunicaciones.



Elaboración propia.

Por lo tanto, las TIC's y las garantías que en México han quedado establecidas en la Constitución y Ley federal correspondiente, así como en la Política para la transición a la TDT, trabajan en función de que el país se desarrolle en la era digital, es decir, en “la posibilidad de transferir y acceder a la información libremente en tiempo real (...) gracias al desarrollo, proliferación y diversificación de las tecnologías de la información

y comunicación (...) para que la sociedad esté en condiciones de tomas de decisión” (Villanueva y Díaz, 2015, p. 5)¹⁸.

2) Relevancia por beneficios estimados

Dentro de los beneficios estimados se tienen tres vertientes: primero, que las señales digitalizadas pueden derivar en una mejor calidad de imagen y sonido, y con ello evitar problemas que el usuario percibía en sus receptores con forma de imágenes dobles, *nieve* y ruido. Adicional a esto se puede considerar que con el formato digital se pueden utilizar dispositivos con conectividad a internet y acceder así a servicios en línea: realización de trámites, participación en encuestas, etc.; así como a opciones adicionales referentes a contenidos: idioma, subtítulos, interactivos. Es decir, ventajas provenientes de la posibilidad de procesar y comprimir datos digitales, que la señal analógica no lo permitía (SCT, 2014 a, p. 11).

Segundo, la TDT genera la posibilidad técnica de asignar un mayor número de estaciones en una misma zona de cobertura: se pueden transmitir entre cuatro o más canales digitales dentro del mismo espacio que requería un canal analógico¹⁹. Lo anterior podría generar un escenario que fomentara la competencia y la entrada de nuevos jugadores al mercado. Finalmente, y derivado de lo anterior, la transición estaría permitiendo un “uso óptimo” del espectro radioeléctrico, liberando frecuencias de la banda de 700MHz para desplegar redes de alta capacidad (telefonía, internet), generando mayor cobertura y posiblemente a menores costos que los actuales (SCT, 2014 a, p. 11).

¹⁸ El resaltado en esta cita es de este trabajo.

¹⁹ “La multiprogramación es resultado de la transición de la radiodifusión analógica a la Televisión Digital Terrestre (TDT), y consiste en que por el mismo espacio de 6 MHz por donde transitaba un canal, ahora pueden cursar varios canales (...). Los canales por definición son locales, las frecuencias se asignan localmente. Aun cuando hablemos de cadenas nacionales, los canales son realmente locales, la frecuencia, lo que alcanza la física a radiar es local”, de acuerdo con declaraciones del Comisionado Presidente del IFT, Gabriel Contreras (Martínez, 2016 b). El resaltado en esta cita es de este trabajo.

Ampliando esto último, de acuerdo con la OCDE, la TDT representó la oportunidad de liberar recursos del espectro para reasignar estos recursos a servicios avanzados (banda ancha móvil) generando mayor eficiencia. La OCDE también considera relevante este proceso para lograr una mayor cobertura de la televisión, disponer de mayor número de canales (y fragmentar con ello la audiencia que a su vez permita desafiar los modelos de ingresos actuales), aumentar la competencia y la diversidad de la industria televisiva (OCDE, 2012, pp. 91 y 92).

El mercado de televisión abierta, antes de la implementación de la política para la transición a la TDT, se caracterizó por la dominación de dos actores: Televisa y TV Azteca con el 70 y el 30 por ciento aproximado de participación de mercado respectivamente; mientras que ahora se tienen las bases con las cuales la TDT “ofrece suficiente eficiencia de espectro para tener un tercero y un cuarto proveedor de televisión digital de alcance nacional” (OCDE, 2012, pp. 92 y 93)²⁰.

En tercer lugar, de forma indirecta se ha mencionado otro beneficio estimado en materia de ahorro en el consumo de energía, para lo cual se pueden distinguir tres beneficios (SCT, 2014 a, p. 19):

- 1) El impacto que generaría la transición a la TDT se establecería en 12.6 millones de hogares, logrando una reducción de más del 60% en el consumo de electricidad por televisor de 21 pulgadas (1,600 millones de kilowatts hora ó 1.3 veces la energía que se economiza en el horario de verano).
- 2) El cambio de aparatos implicaría que las familias tendrían ahorros anuales por 1,638 millones de pesos al año; mientras que el Gobierno federal dejaría de gastar 3,276 millones de pesos al año en subsidios (considera un horizonte de vida útil de televisor en 10 años); que representaría ahorros por más de 30,000 millones de pesos.

²⁰ La aproximación de la OCDE sobre la participación de mercado pareciera basada en números gruesos y tal vez históricos. Con más actualidad para ejemplificar la situación de la competencia en televisión abierta, Martínez (2016 b) consignó cifras de la Asociación de Agencias de Medios sobre la televisión abierta, donde a pesar de advertirse una caída en la audiencia en 18%, Televisa estaría recibiendo 58.53% de los ingresos de publicidad ó “23 mil 29 millones de pesos (...) de los 39 mil 340 millones” generados en 2015.

- 3) El ahorro en el consumo de energía estaría evitando la emisión de gases invernadero en un nivel que equivaldría a los gases que producen 324 mil autos en un año.

Para cerrar este segmento de descripción de la política TDT y elementos de su contexto, cabe retomar un aspecto que se puede apreciar en la Tabla 11, y que se refiere a la incorporación de la comunicación o “informar al público”, de los aspectos básicos sobre la televisión digital y el proceso de transición que conllevó a la terminación de la señal analógica.

La comunicación de la política TDT es considerada como relevante al ser mencionada por la misma SCT: “En este proceso juegan un papel importante el grado de conocimiento de la población en general sobre la TDT, la penetración de la televisión digital en los hogares, la digitalización de las radiodifusoras” (SCT, 2014 a, p. 15).

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA IMPLEMENTADA SOBRE LA POLÍTICA DE TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT)

Este capítulo se elabora sobre el diseño de las herramientas de análisis utilizadas en la investigación: 1) tabla de seguimiento de noticias y 2) mapa de actores, con la interpretación de ambas se determinó el tono que los medios habrían dado a su cobertura informativa de la política TDT, así como la manera en que los actores se habrían manifestado o no para apoyar a algún grupo de interés, como las televisoras: Televisa y TV Azteca.

Finalmente, en este capítulo también se presentan los resultados que arrojan dichas herramientas, así como algunas consideraciones preliminares sobre la actuación de los medios consultados, tanto en el caso de medios impresos como en medios audiovisuales, con especial atención a las mencionadas televisoras, dada su condición de entes regulados por el IFT, y los responsables finales de que se llevara a cabo la política TDT; y las posturas registradas del resto de los actores.

4.1. Diseño y características de las herramientas de análisis

El análisis de este caso requirió establecer objetivos específicos para examinar el manejo mediático que recibió la transición a la TDT y obtener hallazgos e información estratégica para la comunicación a la sociedad de dicha política, ya sea atendiendo al público en general (usuario/consumidor) o a grupos y/o actores en particular.

Como se puede inferir del contexto expuesto arriba, de un análisis de notas publicadas se esperaba encontrar ataques al IFT por parte de cierto tipo de actores y grupos, aquellos que se mostraran directamente “afectados” por una decisión de política pública (Weimer y Vining, 2011, pp. 163-167) o, es importante destacar, la ausencia de los supuestos afectados y en su lugar la presencia constante de otros actores fungiendo como líderes de opinión (Wilcox, Ault, Agee y Cameron, 2001, pp. 25-26) y

voceros terceros²¹ de los afectados; y que alguno de estos dos efectos delinearán el entorno al que se enfrenta la institución.

Para alcanzar los objetivos específicos de análisis del caso seleccionado, se plantearon los siguientes lineamientos:

1. Determinar si la información publicada (en lo general o en lo particular) tuvo matices en la cobertura, o si predominó un tono negativo, positivo o neutro.
2. Construir un mapa de actores y sus posturas a partir de la información publicada.
3. Identificar si los medios consignaron, en sus publicaciones noticiosas, la participación de la sociedad ya sea como una opinión pública masiva o a través de grupos, por ejemplo, como usuarios de servicios de telecomunicaciones.

Para delimitar el análisis se construyó un *corpus* con publicaciones que abordaran directamente el tema de la TDT (menciones). Los diarios analizados fueron El Universal, Reforma y La Jornada, en el periodo de cierre de la transición, es decir entre noviembre y diciembre del 2015²². Al realizar el análisis de dicho periodo se detectó que probablemente se contaba con pocos ejemplos de publicaciones críticas y ataques contra el IFT, lo que generó las dudas de si se habrían seleccionado los medios adecuados y/o el periodo adecuado.

Debido a ello es que, para reforzar el proceso de recopilación de corpus y su análisis se incluyó el periodo mayo-junio 2013, para realizar su estudio en los mismos tres

²¹ Para este documento se entiende por vocero tercero a la persona o institución que emita una comunicación a favor de otro actor o institución, sin que tenga una relación directa subordinada o forme parte de su estructura orgánica, pero que sí manifieste una adhesión o simpatía por los intereses y causas de éste, por lo cual reciba algún beneficio o incentivo.

²² Luego de una primera aproximación, para robustecer los posibles hallazgos, se pensó en integrar al corpus la recopilación de publicaciones del periodo mayo y junio 2015 (periodo de elecciones federales en México), pues se pensó que esto enriquecería el mapa de actores pretendido, sin embargo dicho bimestre electoral no arrojó información contundente, como sí sucedió en el periodo mayo-junio 2013 donde se dio efectivamente una coyuntura entre: el inicio de la política TDT, un periodo electoral y el uso de medios por parte de los regulados para manifestar sus ataques, como se analizará más adelante en este trabajo; de hecho, la situación en 2013 y las soluciones institucionales a las que se llegó, habría terminado por *desactivar* procedimientos similares de ataque y por ello habría la actitud pasiva previo y durante las elecciones 2015.

medios impresos selectos para noviembre-diciembre 2015. Y se decidió buscar y agregar *clips* de materiales televisivos: Televisa, TV Azteca, Grupo Imagen (Cadena 3, ExcélsiorTV), MVS Televisión, El Financiero-Bloomberg TV), disponibles a través de internet, tanto del bimestre mencionado en 2013, como del correspondiente a 2015. Como se podrá ver conforme avance la lectura en los siguientes apartados, estas decisiones permitieron enriquecer de hecho los análisis y sus hallazgos.

La información recopilada se presenta en formato de una “Tabla de seguimiento de noticias sobre la política TDT”, que en lo subsecuente se le denominará simplemente como *Tabla de Seguimiento* (Anexo I), para consignar: la ubicación de las publicaciones, un resumen de su contenido y la ponderación del tono de estas. Y con esto generar dos productos: análisis de información de la tabla de seguimiento y el mapa de actores.

El mapa de actores²³ se construyó a partir de las posturas manifiestas de los diferentes actores detectados, capturadas en las notas del corpus, ya fueran a favor, en contra, neutral o sin manifestarse, sobre:

- a) La implementación de la Política TDT.
- b) Apoyo a empresas reguladas (específicamente, a las televisoras).

Para el mapa, se omitieron posturas sobre otros temas que rodearon la implementación de la política TDT y su tratamiento en medios, por considerar que se desviaban del asunto de interés o porque su inserción habría dificultado observar las posibles interacciones sustanciales entre el IFT y sus públicos. Algunos de los temas

²³ Para concebir el mapa de actores de este trabajo se utilizó un esquema mínimo a partir de lo propuesto por Meltsner (2014), para investigar la Factibilidad Política en un análisis de políticas públicas o “la indagación acerca de las consecuencias políticas futuras de las distintas opciones de política”. De acuerdo con este autor, “los actores se distinguen entre sí por las posturas que adoptan frente a dicha política” (amigos, enemigos y neutrales), aunque la dinámica de interacciones en la lucha por el poder es lo que genera que los actores terminen por inclinarse hacia alguna de las facciones, lo cual depende a su vez del área de acción específica (sector social o que atiende el gobierno) y del contexto de la toma de decisiones. Continuando con la propuesta de Meltsner, para identificar a los actores se puede acudir a: su actividad a través de la cual revelar su grado de interés; su reputación; decisiones que hayan tomado en el pasado; y sus motivaciones. Para un esquema más elaborado se pueden considerar: creencias, recursos, sitios (donde se realice la toma de decisiones) y los intercambios posibles o negociaciones (Meltsner, 2014, pp.367-392).

desestimados fueron: la entrega de pantallas digitales; críticas a la SCT (aspectos presupuestales o de otras de sus funciones); disposición final de televisores viejos (problemática de contaminación del ambiente); entrega de pantallas digitales durante periodos de proceso electoral.

Más adelante, al analizar el mapa de actores, se presentarán los detalles acerca de los dos criterios que se mencionan arriba (incisos a y b), qué elementos fueron considerados para su construcción, así como los resultados de esta misma herramienta.

4.2. Resultados del análisis: Análisis sobre la Tabla de Seguimiento

El uso de la Tabla de Seguimiento permitió organizar la información en el tipo de medio al que se acudió: impresos y audiovisuales; así como en los dos periodos bimestrales de 2013 y 2015.

Primero se presenta el trabajo correspondiente a medios impresos en ambos años, para después presentar lo correspondiente a medios audiovisuales o materiales televisivos. En el análisis sobre los diarios se comienza por 2015 para mostrar la fragilidad de acotar el estudio de estos medios solamente a dicho periodo, así como el enriquecimiento de contenidos al utilizar el periodo 2013, por ello el salto cronológico.

Como la decisión de retomar materiales televisivos se realizó de forma posterior al estudio de los diarios selectos, su análisis sí se dio de forma ordenada, primero 2013 y su complemento en 2015. A continuación se exponen los hallazgos de cada segmento.

4.2.1. Periodo noviembre-diciembre 2015 en impresos. Cierre de política TDT: Ponderación de tono y subtemas

Del total de notas (40) que retomaron información directa o indirecta sobre TDT: 8 fueron positivas, 19 fueron neutras y 13 negativas. En ese sentido se puede decir que la cobertura prácticamente fue equilibrada en las cantidades totales, pero queda la preocupación sobre la cantidad elevada relativa de notas negativas y en correspondencia de las pocas notas positivas.

Adicionalmente, en ese mismo periodo se encontraron 5 publicaciones del género de opinión: en el diario El Universal la columna de *trascendidos*²⁴ llamada “Desbalance” retomó tres veces el tema, en una ocasión dando cobertura positiva, en otra una cobertura neutral, y en una más una cobertura negativa; en el diario Reforma se tienen la columna “Con Estilo” firmada por Lourdes Mendoza (quien también es empleada en TV Azteca-Canal 40) y un comentario de Jorge Fernando Negrete (presidente de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información-AMEDI), ambas publicaciones con cobertura negativa respecto a la política TDT.

Por otro lado, en La Jornada no aparecieron artículos ni columnas sobre el tema. En ese sentido, la escasa cobertura en espacios de opinión, pudiera deberse a que la implementación de la política se encontraba en una etapa muy avanzada, lo cual hubiera podido desalentar la participación de columnistas en publicar información contraria, crítica o manifestándose a favor de prorrogar el *apagón*.

²⁴ Sin que se haya formalizado su concepto, una “columna de trascendidos” responde a una publicación tipo columna: espacio determinado periódicamente, nombre fijo, contenido de opinión; pero sin una firma que indique su autoría. Otra característica es que retoma diversos temas, dedicando un párrafo a cada uno de estos, y evitando, con esta estructura, hacer un análisis a fondo, presentar una argumentación o hechos comprobables. Se puede observar como en lugar de ser un espacio para ofrecer información variada y breve, se le utiliza, gracias a su anonimato y su superficialidad, como una herramienta de campañas negras (quien tenga la mejor relación con el medio podrá atacar a sus rivales mediante esta vía), aunque también, dichas características podrían permitir su estudio como una manifestación de la línea editorial del diario y su cuerpo directivo. Ejemplos de estas columnas son “Templo Mayor” y “Capitanes” en Reforma, “Trascendió” e “Inversiones” de Milenio y “Bajo Reserva” junto con la mencionada “Desbalance” en El Universal.

Se ubicaron cuatro subtemas²⁵.-

- 1) “Apagón analógico”: tema central, los medios se enfocaron a reportar aspectos de cumplimiento de la Ley y política TDT. Con mayor cobertura en diciembre al acercarse la fecha límite de cumplimiento.
- 2) “Entrega de televisores digitales”: a cargo de la SCT (no del IFT), los medios reportaron avances/retrasos del programa. Con mayor cobertura en noviembre.
 - Recolección de televisores analógicos, también responsabilidad de la SCT, abordado mayormente con tono negativo (logística, infraestructura y de daño al medio ambiente).
- 3) “Aplazamiento del apagón analógico”: la información publicada se dirigió a cuestiones políticas y legislativas (“grilla” y no hechos). Mismo nivel de cobertura en ambos meses al haber, a lo largo este periodo, el rumor de que se gestara la posibilidad de prórroga.
- 4) “Licitaciones para nuevas frecuencias de radio y televisión”: en el que se manejan opciones de participantes para nuevas señales. Sólo tuvo cobertura en noviembre, tal vez al no ser un tema acotado al “apagón”, sino que tiene vida propia y plazos diferentes.

Sin duda, la combinación de subtemas, directos (aplazamiento) e indirectos (televisores y licitaciones), contribuyeron a: 1) incrementar la cobertura sobre el TDT y por lo tanto su exposición pública a lo largo del tiempo; y 2) vulnerar el tratamiento del tema, al agregar más variables a ser ponderadas como negativas; esto se puede ver en “entrega de televisores”. Todas estas consideraciones pueden tener un reflejo con la siguiente sección del análisis.

²⁵ El orden de los subtemas pretende destacar al tema central del análisis: el TDT o apagón analógico; pero los tres siguientes subtemas son listados sin una jerarquización ya sea por importancia o por notas debido a que, como se comenta inmediatamente después en este trabajo, su interacción dentro de las publicaciones y función de pretexto es lo que resulta interesante para el análisis.

4.2.2. Periodo noviembre-diciembre 2015 en impresos. Cierre de política TDT: Frecuencias de publicación en medios y periodistas

Respecto a la frecuencia de cobertura otorgada al tema TDT (notas y opinión), El Universal tuvo 25 publicaciones, La Jornada 15 y Reforma sólo 5 clips. Los diarios repartieron la frecuencia de forma muy parecida en cada uno de los meses: El Universal 12 en noviembre y 13 en diciembre, Reforma 3 en noviembre y 2 en diciembre, y La Jornada 6 en noviembre y 9 en diciembre.

En cuanto a las columnas encontradas, El Universal publicó 1 en noviembre y 2 en diciembre; Reforma publicó la colaboración de Lourdes Mendoza en noviembre y la de Jorge Fernando Negrete en diciembre.

Es pertinente señalar:

- Esta cuantificación sólo consigna notas con mención al tema TDT, pero no considera otros temas de telecomunicaciones (el entorno del sector que va más allá de los cuatro subtemas consignados). Es decir, los periodistas interesados en el sector no se dedicaron sólo a publicar temas de TDT.
- La frecuencia en cada diario y su similitud en ambos meses podría sugerir una cobertura programada y/o reactiva a las actividades de las fuentes, por lo que los periodistas habrían reaccionaron cuando se ofreció información, no la investigaron por su cuenta²⁶.

Los periodistas que dieron mayor seguimiento al tema fueron: Carla Martínez de El Universal con 17 notas, en las cuales utilizó información y/o entrevistas en tono crítico

²⁶ Este fenómeno invita a formular algunas conjeturas sobre la pasividad de los periodistas. Aunque esto no es objeto del presente trabajo, se pudieran dejar abiertas las siguientes ideas: 1) la fuerte carga de trabajo con la que debe lidiar un reportero de la fuente termina por influir en su proactividad y su programación de agenda; 2) una fuente de información (institución pública o privada) que entienda dicha influencia puede aprovecharla para mejorar u ordenar su relación con los reporteros y medios que le dan cobertura y, por tanto, ejercer control en los tiempos en que su información noticiosa deba estar disponible al público.

(neutral a negativo). Mientras que Miriam Posada de La Jornada publicó 13, también con un tono crítico entre negativo y neutral. Con el corpus analizado, se pudo encontrar también que El Universal repartió la cobertura del TDT en 5 diferentes personas, Reforma y La Jornada en 4 personas cada uno.

Conocer a los periodistas de la fuente²⁷ y en especial identificar a aquellos que dan un tono crítico a sus publicaciones, permite jerarquizar la relación que la institución fomenta con los mismos, propiciando la atención necesaria para que la información no sea tergiversada y procurar un equilibrio informativo entre las voces detractoras y la postura de la institución.

4.2.3. Periodo mayo-junio 2013 en impresos: Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: Ponderación de tono y subtemas

Como se menciona al inicio de esta sección, se encontró que regresar a estudiar publicaciones en 2013²⁸ podría ofrecer mayor cantidad de ejemplos de ataques, con mayor intensidad y contundencia, lo cual motivó a realizar un análisis similar al del corpus de 2015, como se presenta a continuación.

El total de clips en los tres diarios selectos para el análisis de notas sobre el tema de interés fue de 49, incluyendo notas periodísticas y columnas, ya que, a diferencia de 2015, en 2013 hubo participación notable de colaboradores del género de opinión.

- En lo que se refiere a notas (37): 6 positivas, 16 neutrales y 15 negativas.
- En lo que se refiere a columnas: se ubicaron 12, distribuidas de la siguiente manera:

²⁷ De acuerdo con la Tabla observada, los reporteros de la fuente se encuentran publicando en secciones de negocios y economía. En ese sentido, llama la atención que las notas encontradas, a pesar de que la relevancia de la TDT es de interés nacional, aparecieron predominantemente en las secciones mencionadas y no en las principales de los diarios (no se están considerando los llamados en primera plana). Esto puede deberse a una decisión editorial de coyuntura, o simplemente a que los reporteros que se han especializado en mayor o menor medida en la fuente de telecomunicaciones publican habitualmente en dichas secciones (decisión editorial habitual).

²⁸ Cabe recordar que en 2013 la autoridad reguladora aún respondía al nombre CFT, con sus atribuciones y figura jurídica correspondientes a ese contexto.

TABLA 13. Cuantificación de publicaciones de opinión mayo-junio 2013, con ponderación.

MEDIO	COLUMNA	AUTOR	TOTAL	POSITIVA	NEGATIVA	NEUTRA
El Universal	Desbalance	Anónima	4	1	1	2
	Debe & Haber	Anónima	1	0	1	0
	Telecom y Medios	Gabriel Sosa Plata	2	0	0	2
	Telecomunicando	Irene Levy	2	1	0	1
	Artículo	Silvia Gómez	1	1	0	0
Reforma	Artículo	Purificación Carpinteyro	1	1	0	0
	Capitanes	Anónima	1	0	0	1
La Jornada	N/A	N/A	0	0	0	0
TOTALES			12	4	2	6

Elaboración propia.

Con el conteo anterior, se puede verificar que las notas y columnas encontradas estuvieron cargadas hacia una calificación neutral, aun cuando el corpus en el género de opinión no es amplio, se percibe la intención de explicar aspectos críticos de por qué, en 2013, postergar el *apagón*.

El diario El Universal dio mayor espacio en comparación a Reforma y a La Jornada que no dedicó ningún espacio de opinión al tema de la política TDT. En general, al tratarse de tres de los diarios más relevantes a nivel nacional, llama la atención el reducido número de columnas que se ubicaron sobre estos temas, ante una situación de coyuntura. Con la información disponible en este material no es posible ofrecer una interpretación con mayor profundidad sobre el por qué de esta situación.

Sobre los temas tratados en las publicaciones en general (notas y opinión), se detectaron:

- 1) El apagón analógico, mención y descripción, tanto de carácter nacional como enfocados sólo a Tijuana:
 - a) Cumplimiento de la Ley Federal de Telecomunicación respecto a la transición TDT.

- b) Aplazamiento del apagón analógico en Tijuana, con tres motivos: a) por falta de presupuesto o cobertura de beneficiarios; b) por el proceso electoral; c) por promoción de recursos legales por parte de televisoras.
 - c) Protestas y supuestos amparos colectivos ante el apagón analógico en Tijuana; tema supuestamente promovido por diversos actores, como se mencionan en las publicaciones (grupos de la sociedad civil, abogados locales de Tijuana, entre otros).
- 2) Formación del IFT, y sus alcances jurídicos y técnicos diferenciadores de la CFT.
 - 3) Creación de la Norma Oficial Mexicana 192, sobre la adaptación del mercado nacional a los requerimientos tecnológicos para la captación de la señal digital.
 - 4) De forma complementaria, se detectó en este contexto el tema del avance de la CFT en la formación de canales digitales y su avance de 231 canales con señales de TDT en el país.

Sin duda, la combinación de temas y subtemas directos (aplazamiento, protestas) e indirectos (técnicos), contribuyeron a: 1) detonar la cobertura sobre el TDT de forma intensiva y su mantenimiento a lo largo del tiempo; y 2) presentar una imagen de vulnerabilidad sobre la política y la institución reguladora, a través de las publicaciones negativas y de ataque, bajo el rostro del *descontento* de la población por el apagón. A considerar el siguiente componente del análisis.

4.2.4. Periodo mayo-junio 2013 en impresos. Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: Frecuencias de publicación en medios y periodistas

Respecto a la frecuencia de cobertura otorgada al tema TDT en este periodo de 2013: El Universal generó 22 publicaciones (incluidos notas y columnas), La Jornada 13 y Reforma 14. Salvo La Jornada, los diarios repartieron la frecuencia de forma muy parecida en cada uno de los meses: El Universal 10 en mayo y 12 en junio, Reforma 8 y 6, La Jornada 9 y 4, respectivamente.

La frecuencia en cada diario pudiera responder simplemente a una cobertura reactiva ante la situación en Tijuana que, dada su relevancia, motivó su extensión, su discusión en espacios mediáticos y en el espacio público, lo cual fue exaltado, especialmente por una televisora, como se verá en la siguiente sección.

Los periodistas que dieron mayor seguimiento al tema fueron: Carla Martínez de Reforma con 7 notas, con tono crítico de neutral a negativo. Mientras que Miriam Posada de La Jornada publicó 9, también con tono crítico; por su parte Ramiro Alonso de El Universal publicó 8 notas, con tono predominantemente neutral. Con el corpus analizado, se pudo encontrar también que El Universal repartió la cobertura del TDT en 6 diferentes personas, Reforma en 5 y La Jornada en 4 personas.

En el caso específico de la cobertura realizada por Carla Martínez para El Universal, se detecta que sus notas son ponderadas en su mayoría como negativas, resultando críticas hacia las instituciones, pero repetitiva en dichas críticas: la misma información es reutilizada (déficit en entrega de pantallas y decodificadores, desatención a población de escasos recursos), y acude varias ocasiones al mismo organismo The Competitive Intelligence Unit (CIU) y su vocero, Ernesto Piedras, para entrevistarlo sobre la presunta falta de planeación para iniciar el *apagón* en Tijuana.

Una vez más es pertinente señalar que esta cuantificación consigna notas cuyo tema central es la política TDT, pero por diseño es ciega a otros temas de telecomunicaciones (que no mantienen relación a la política de interés); dicho de otra forma, los periodistas especializados e interesados en el sector no se dedicaron sólo a publicar información de la TDT.

4.2.5. Periodo mayo-junio 2013 en audiovisuales. Inicio de implementación de política TDT en Tijuana: características comunes de la información transmitida por televisión y su análisis

Del corpus de material periodístico recopilado, las notas de televisión requieren un análisis complementario, por una parte, porque es donde se percibe la postura crítica y de ataque por parte de las empresas Televisa y TV Azteca en contra de la autoridad reguladora, y por otra, las características del medio de comunicación difieren por naturaleza de la cobertura realizada por medios impresos (diferentes recursos para reportar la información: material audiovisual).

Cabe mencionar que este análisis es necesario, pues aun cuando se supone una postura de ataque por parte de las televisoras, no es abierto, como lo sería una postura institucional u oficial (como cuando una empresa 'x' emite un comunicado a la opinión pública y a los medios), sino que viene disfrazado dentro de su cobertura periodística. De ahí se desprende el uso de criterios²⁹ como:

- Género periodístico: nota, reportaje, entrevista o editorial.
- Postura: ataque, conciliación, explicación.
- Estructura narrativa: dramatización, documental, videoclip.
- Público a quién se dirige la información: individuo, grupo, autoridad.
- Tipo de argumento: emocional, racional.
- Recursos: características de la información, tipo de materiales audiovisuales.
- Duración o tiempo destinado a publicar la información³⁰.

²⁹ Se retoman algunos criterios utilizados por Lugo (2011. pp. 48-51), con modificaciones pertinentes dado que Lugo se centra en spots televisivos considerando como tales aquel material audiovisual producido en su totalidad e insertado en la programación mediante el pago de una pauta, y en este trabajo se analizan notas periodísticas (no pagadas o ni publicitarias).

³⁰ Es pertinente mencionar que el tiempo destinado no resultó un factor relevante para el análisis, por una parte, dado que el corpus usado es en sí mismo limitado: poca cantidad de notas como para establecer duración de una posible campaña o incluso comparar la duración de las notas analizadas con la duración que destinan las televisoras a otros temas. Con los datos recopilados sólo se puede establecer que la duración promedio total es de 4'91", pero si se omite la entrevista a Purificación Carpinteyro, el promedio de tiempo queda en 1'57", lapso que no parece inusual. Aunado a esto, se debe recordar que el presente análisis se realizó de forma posterior a los hechos, lo cual limitó la

Con estos criterios se pretende mostrar si existió un uso de la información para atacar a la institución reguladora con la finalidad de influir en la política pública TDT, para postergar su aplicación o generar su modificación mediante la interrupción de su implementación.

TABLA 14. Características de contenidos en las notas de televisión mayo-junio 2013.

MEDIO	FECHA	GÉNERO	POSTURA	ESTRUCTURA NARRATIVA	PÚBLICO	ARGUMENTO	RECURSOS	DURACIÓN
Cadena Tres- Canal 28	29/05/2013	Editorial y nota	Ataque	Dramatización	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'17"
Televisa- Canal 2	29/05/2013	Editorial y nota	Ataque	Dramatización	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'24"
TV Azteca- Canal 13	29/05/2013	Editorial y nota	Ataque	Dramatización	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'05"
TV Azteca- Canal 13	29/05/2013	Editorial y nota	Ataque	Dramatización	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'20"
MVS Radio- 102.5	30/05/2013	Entrevista	Explicación	Documental	Grupo (técnico)	Racional	Entrevista a profundidad	23'40"
TV Azteca- Canal 13	31/05/2013	Editorial y nota	Ataque	Dramatización	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'07"
Cadena Tres- Canal 28	03/06/2013	Nota	Explicación	Documental	Grupo (usuarios)	Racional	Imagen stock	0'27"

Elaboración propia. Versiones estenográficas de las notas de televisión se encuentran en el Anexo III.

De la Tabla anterior, junto con la apreciación del audiovisual y el contenido de la información, se puede entender lo siguiente:

- Predomina la *editorialización* por parte de conductores: entendido este proceso como mezclar géneros informativos (la nota periodística) con géneros de opinión (el editorial), contraviniendo la ortodoxia periodística con la intención de persuadir a un público sin que exista una argumentación ni imparcialidad, contraviniendo entonces también una ética periodística (Vargas, 1999, pp. 21-26).³¹

recuperación de notas transmitidas por televisión y, por lo tanto, limita a su vez la posibilidad de tener un corpus más rico mediante el cual visualizar el fenómeno de *campaña* con todas sus características.

³¹ Villanueva (2002, pp.377-425), presenta un compendio amplio de códigos de ética alrededor del mundo. Retomando para este trabajo sólo los ejemplos de El Economista, El Universal, Proceso y Reforma, destaca la reiteración en el uso de conceptos como: informar con exactitud, competencia y

- Parcialidad en el tratamiento del material periodístico: la información presentada y las entrevistas están orientadas a ofrecer sólo *un lado de la historia*.
- No se acude a voceros expertos ni a voceros de la CFT (salvo el caso de MVS Radio).
- Se distingue una postura o tono *anti-gobierno*, en este caso anti-autoridad reguladora; en términos de Gunther y Mughan se menciona como “cinismo generalizado respecto al gobierno federal y al sector público” (Gunther y Mughan, 2000, p. 426), tratamiento que rara vez se encuentra respaldada por evidencia empírica.
 - Denuncia de que existió incumplimiento de la CFT, con información incompleta (deja fuera información de que CFT procedió con información del INEGI y las empresas TELETEC e IPSOS-BIMSA para hacer sus estimaciones).
 - Entrevista al Alcalde de Tijuana, Carlos Bustamante (Televisa, 5 de mayo 2013) para atacar al Gobierno Federal y argumentar que desconocen el proceso pues “nadie les informó”.
- Uso de información imprecisa:
 - Cifras ambiguas para referir la afectación. Algunos ejemplos incluyen: “cientos de hogares” (Cadena Tres), “miles de hogares” (Televisa), “habitantes de al menos 100 colonias” (TV Azteca), y 14,200 familias (TV Azteca, dos días después).
 - Imprecisión en reportajes como el caso de una supuesta manifestación de habitantes de Tijuana (Televisa y TV Azteca, 29 de mayo 2013) que,

precisión; usar como base hechos comprobados; claridad en las fuentes; rechazar rumores; evitar el sensacionalismo y el escándalo; no confundir noticia con opinión (eliminar valoración subjetiva del reportero, evitar que sea tendenciosa); distinguir entre el uso de encuestas con metodología científica y estudios no científicos (como entrevistar a personas en la calle); presentar los hechos en su debido contexto, no distorsionarlos al omitir información o al proveer un énfasis inapropiado; recabar puntos de vista de los diversos actores de un conflicto (en Reforma incluso se pide al reportero buscar “de dos a tres fuentes diferentes”); el uso de material fotográfico y gráfico debe ser fiel representación de la realidad.

inconformes con el apagón analógico, demandaban revertir el proceso. El reporte fue acompañado de imágenes imprecisas y por lo tanto no identificables como auténticas.

- Uso de testimonios o entrevistas breves para dar voz a presuntos usuarios (Televisa y TV Azteca, 29 y 30 de mayo 2013), cuyos temas fueron:
 - Gente pobre y clase trabajadora sin recursos para comprar un televisor que capte señal digital o para pagar sistema de cable (como alternativa para recibir la señal).
 - Señal de televisión con fallas (no se ve), producto de un proceso repentino y ausencia de información.
 - La ausencia de señal afecta a los niños (quieren ver las caricaturas).
 - Presencia de gente, sin identificación, a entregar decodificadores de forma arbitraria.
 - Sólo declaraciones emotivas, acompañadas de imágenes producidas: recreación de hechos y no documentación del hecho al momento de suceder.

En el corpus de notas de televisión analizado, la información emitida por Carmen Aristegui es la única diferente e incluso contradice elementos publicados por Cadena Tres, Televisa y TV Azteca, con ayuda de una entrevista a una vocera experta, Purificación Carpinteyro, entonces Diputada Federal del PRD, participando con el cargo de Secretaria de las Comisiones de Comunicaciones y Radio y Televisión.

La información clave que las televisoras omitieron se encuentra en un comunicado de prensa emitido por la CFT el 26 de abril del mismo año, y en donde se consigna que:

- Se contaba con información documental suficiente para demostrar una penetración de TDT superior al 90% en los hogares objetivo:
 - 192,060 hogares de escasos recursos a quienes se les otorgó decodificador y/o antena digital.
 - Las entregas constaban de acuse de recibo de los usuarios.

- Las entregas no fueron realizadas físicamente por personal de CFT, sino que se realizó vía la empresa Teletec de México y se contrató además a IPSOS BIMSA para supervisar lo realizado por la anterior
- El avance fue de 3.4% a 93.08% de penetración en menos de un año.
- Se reconfirmó la fecha del apagón analógico para el subsecuente 28 de mayo (casi un mes después).
- Esta información fue retomada en su momento por medios impresos, como ejemplifica El Universal (Alonso, 2013).

Si bien se entiende que Televisa y TV Azteca tienen sus propios intereses como empresas, los cuales se espera que defiendan; también sería de esperar que sus áreas periodísticas atendieran un mínimo de principios éticos³² antes de prestarse a participar en una campaña de mensajes de ataque, como queda evidenciado en el análisis realizado arriba sobre mensajes emitidos en televisión.

Considerando como *mensaje de ataque* a aquel que en su estructura y contenido tiene el objetivo de criticar al adversario y evocar en el receptor aspectos negativos, destacando defectos o falta de habilidades, baja capacidad de gestión y resolución de problemas (Lugo, 2011, p. 41), y que para implementarlos se puede acudir a diversas tácticas y recursos. Una secuencia ordenada de uso de mensajes negativos compondría una campaña negativa, cuyo efecto pudiera ser predisponer al receptor a optar por una determinada forma de actuar en lugar de otra (Lugo, 2011, p. 21).

Finalmente, es pertinente señalar que el efecto que pudieran tener los mensajes de ataque en el público ha sido objeto de otros estudios, destacando que la identificación de quien promueve el mensaje determina el impacto de éste, o dicho de otra forma:

³² Villanueva (2014, pp.7-14) determina que la ética es una “ciencia normativa de la conducta que permite al periodista elegir entre distintas opciones cuál debe ser el camino correcto en el ejercicio de su profesión” que, si bien funciona mediante conductas voluntarias y no de un aparato jurídico, atienden un sentido de responsabilidad social y, en el caso de los medios, de profesionalismo e integridad (individual y como gremio) para generar la credibilidad necesaria al proveer información al público, siendo ésta materia de la formación ciudadana con valor para la democracia, como se ha comentado anteriormente en este trabajo (*Vid supra* Capítulo 2, sección 2.2.).

mientras mayor confiabilidad posea la fuente emisora, se incrementa también el efecto a generar en la audiencia: si la fuente se muestra independiente (de instituciones de gobierno, de partidos políticos, de empresas), mayor la confianza que tendrían los receptores en la información y en la misma fuente (Lugo, 2011, p. 22).

Un ejemplo de esto es cuando un candidato político, en lugar de emitir directamente información negativa sobre su adversario, utiliza a un intermediario (otro actor político, un artista, un académico, un medio de comunicación), evitando así que se le vincule con esta acción, aprovechando la credibilidad del intermediario y el posible efecto del ataque. A esto también se le conoce en relaciones públicas como el uso de *voceros terceros*.

4.2.6. Periodo noviembre-diciembre 2015 en audiovisuales. Cierre de política TDT: características comunes de la información transmitida por televisión y su análisis

Similar al análisis realizado con la información de 2013, se recopiló material periodístico de notas de televisión de este otro periodo, noviembre y diciembre 2015 (plazo para cumplir con la política TDT), para verificar si las televisoras mencionadas publicaron información para atacar a la institución reguladora e intentar influir en la política TDT (para postergar su aplicación, modificarla o interrumpirla); una vez más, considerando las características de este material audiovisual, se retomaron los criterios:

- Género periodístico: nota, reportaje, entrevista o editorial.
- Postura: ataque, conciliación, explicación.
- Estructura narrativa: dramatización, documental, videoclip.
- Público a quién se dirige la información: individuo, grupo, autoridad.
- Tipo de argumento: emocional, racional.
- Recursos: características de la información, tipo de materiales audiovisuales.
- Duración o tiempo destinado a publicar la información.

Al parecer, por la cercanía de la búsqueda de notas en 2015 a través de internet, se encontró más material (39 en total) en comparación con el periodo correspondiente a 2013. Para el análisis que se presenta a continuación se seleccionaron sólo 16 notas, que además de mostrar con claridad algún tono crítico (informativo o de ataque), se destacaran por utilizar con singularidad alguno de los recursos y/o criterios listados arriba.

Lo que se procuró, también con esta selección, es evitar la repetición de contenidos a ser analizados, para tener un corpus manejable en términos de los parámetros para su estudio; y que se tuviera un número similar de publicaciones por parte de Televisa, TV Azteca y un medio de Grupo Imagen, como es Excélsior TV (en tanto contendiente y eventual ganador del concurso para ser la nueva señal de televisión abierta). De no haberse realizado esta muestra por cada televisora, y de haber considerado sólo publicaciones negativas, la selección para el análisis habría contado casi completamente con notas de TV Azteca.

Luego, para procurar homogeneidad de la información a analizar, se consideraron publicaciones donde participara un conductor y/o un reportero, es decir, que las publicaciones pertenecieran predominantemente al género *nota informativa*, criterio que permite visualizar con facilidad cuando se realiza una práctica periodística con ética y atendiendo los valores tradicionales del periodismo y, por lo tanto, visualizar también cuando estos postulados no se cumplen.

Adicionalmente, se incluyeron colaboraciones de un periodista de opinión (David Páramo), que no cumplen obviamente con el criterio arriba descrito; esto se debió a que su participación arrojó otros elementos de interés, como se detalla más adelante en esta sección; mismos que, aun cuando sólo se retoman como ejemplo discordante en la selección, enriquecieron el análisis propuesto.

Antes de continuar con la selección de notas, es pertinente mostrar algunas características genéricas de las 39 publicaciones audiovisuales sobre las cuales se

realizó la selección, como por ejemplo, que en este corpus surgieron opinadores o colaboradores (que en medios impresos trabajan como columnistas o articulistas), demostrando que usan efectivamente su diferentes espacios para desahogar temas de telecomunicaciones y, como queda en evidencia, de las dos grandes televisoras: Televisa y TV Azteca.

Lamentablemente lo anterior no se pudo constatar en el corpus audiovisual del 2013. Otro aspecto diferenciador entre los periodos analizados es que en 2015 también surgieron menciones del apagón analógico en espacios predominantemente dedicados al entretenimiento, como el programa matutino “Hoy”, en el canal 2 de Televisa, dentro del cual los conductores tocaron el tema, aunque rodeado de sus secciones habituales para hablar de telenovelas, farándula, dietas alimentarias, entre otras (en la selección de notas se incluyó un ejemplo).

TABLA 15. Ponderación general de las notas audiovisuales encontradas en noviembre-diciembre 2015.

TELEVISORA	PONDERACIÓN		
	NEGATIVAS	NEUTRALES ³³	POSITIVAS
TV AZTECA	7	2	7
TELEVISA	0	4	6
EXCÉLSIOR TV (GRUPO IMAGEN)	0	7	5
EL FINANCIERO TV	0	1	0
TOTALES	7	14	18

Elaboración propia. La referencia de las notas audiovisuales aquí ponderadas, se encuentra en la Tabla de Seguimiento en el Anexo I.

Finalmente, en lo que respecta a características genéricas, del total de publicaciones audiovisuales encontradas, como se puede verificar en la tabla anterior, la ponderación dominante fue de 18 notas positivas; destacándose la cercanía de difusión positiva entre Televisa (6) y Excélsior TV (5), y el equilibrio en TV Azteca encabezando absolutamente la cobertura negativa (7) y luego encabezando relativamente la cobertura positiva (7).

³³ Cabe reiterar que las notas neutrales abarcan aquellas que publican sobre el apagón analógico, pero que no atacan la política TDT, al IFT ni sus funcionarios; aunque sí pueden tener una mención de ataque a otros actores como legisladores, la SCT, la SEMARNAT y sus funcionarios.

El giro de postura en TV Azteca, de negativa a positiva, fue notorio al revisar los 39 clips, y alcanza un reflejo en la selección de 16 notas. Las notas positivas partían de explicar, ahora sí, en qué consistía la política TDT, mencionar sus beneficios, y rodera esta información con la disposición de la televisora a invertir y adoptar el nuevo formato digital a favor de sus audiencias; se trató de información similar a un publlirreportaje o autoelogio a la misma empresa.

En la Tabla 16 se presenta el análisis de la selección de 16 notas, que viene a reforzar esta tendencia e invita a plantear interrogantes como *¿a qué podría deberse...?* De la Tabla 16, junto con la apreciación del audiovisual y el contenido de la información, se puede entender lo siguiente:

- Desaparece la editorialización por parte de conductores y disminuye la presentada por reporteros (la mostrada por David Páramo es parte inherente de su función como colaborador).
- El tiempo promedio, en esta selección, de duración de las notas dedicadas a cubrir la política TDT es de 3'24"; ligeramente superior al observado en 2013.
- Se modera el tono anti gobierno por parte de los medios, aunque se sigue transfiriendo a los usuarios este papel, vía testimonios o entrevistas breves, además de a otros personajes como legisladores.
 - Las notas negativas utilizan la actividad cotidiana de una población seleccionada para que, a partir de esta, se manifieste una preocupación o queja: sin televisión una comunidad no puede enterarse del estado del clima, que es información relevante para saber si conviene salir a pescar o si hay riesgo de huracanes (en la Tabla, TV Azteca, 6 y 10 de noviembre).
 - Los elementos mencionados arriba, son usados para calificar que la política, al momento de su cierre, estaba afectando negativamente a poblaciones de escasos recursos: cerca de 12 millones de personas no empadronadas en SEDESOL.

- Se usa una entrevista editada al “Presidente Consejero del IFT” (sic.), Gabriel Contreras, en realidad Comisionado Presidente de dicho organismo, para mostrarlo como un “funcionario indiferente” a las supuestas afectaciones (en la Tabla, TV Azteca, 12 de noviembre).
- Disminuye el uso de información imprecisa, los datos publicados están orientados a informar hechos acotados (aspectos y no toda la política TDT).
 - Aparecen a cuadro senadores como Roberto Gil³⁴, manifestando una solicitud para aplazar el apagón analógico (en la Tabla, Televisa, 27 de noviembre), como apoyo a transmisoras de baja potencia rezagadas, lo cual genera confusión sobre la posibilidad de postergar la política TDT.
 - Participa el Comisionado del IFT, Luis Fernando Borjón, como vocero del instituto para aclarar la intención del Senado y el estatus del proceso (en la Tabla, ExcélsiorTV, 1º de diciembre), para apoyar 13 casos de más de 1,200 televisoras en todo el país, que sirven a poblaciones pequeñas de menos de 5mil habitantes.
- Finalmente, destaca que, al disminuir la crítica hacia el IFT, crece la cantidad de información sobre acopio de televisores que pudieran ser desechados por obsoletos, en dos sentidos:
 - Destacando que se habían depositado pocos aparatos: 5mil de los 40millones estimados (en la Tabla, ExcélsiorTV, 18 de diciembre).
 - Advirtiendo del riesgo para el medio ambiente por desechar televisores de forma inapropiada (en la Tabla, Televisa, 18 de diciembre).
- En la selección de clips, se consideraron las participaciones de David Páramo como editorialista, primero (en la Tabla, Excélsior TV, 2 y 3 de diciembre y luego TV Azteca, 14 de diciembre;), a través de las cuales el periodista:
 - Defiende el proceso TDT y su finalización.
 - Ataca a personajes como Javier Corral y Dolores Padierna por pretender aplazar el apagón.

³⁴ Senador del PAN en la LXIII Legislatura, integrante de las Comisiones de protección Civil, recursos Hidráulicos y Contra la Trata de Personas, ninguna de ellas relacionadas a telecomunicaciones.

- Asegura que las empresas televisoras, como TV Azteca, están listas para la transición y para competir.

TABLA 16. Características de contenidos en las notas de televisión noviembre-diciembre 2015.

MEDIO	FECHA	GÉNERO	POSTURA	ESTRUCTURA NARRATIVA	PÚBLICO	ARGUMENTO	RECURSOS	DURACIÓN
TV Azteca-Canal 13	02/11/2015	Nota	Informativa, queja indirecta	Documental	Grupo (público general- Nogales, Sonora)	Racional	Información, imágenes y testimonios	2'03"
TV Azteca-Canal 13	06/11/2015	Nota	Informativa, queja indirecta	Documental	Grupo (público general- Ocuilapa, Chiapas)	Emocional	Información, imágenes y testimonios	2'13"
TV Azteca-Canal 13	10/11/2015	Entrevista	Informativa, queja indirecta	Dramatización	Grupo (público general- Manzanillo, Colima)	Emocional	Información, imágenes y testimonios	2'20"
TV Azteca-Canal 13	12/11/2015	Nota	Informativa, queja indirecta	Documental	Grupo (público general- Pinal de Amoles, Querétaro)	Emocional	Información, imágenes y testimonios	1'58"
TV Azteca-Canal 13	12/11/2015	Nota	Ataque, queja directa	Documental	Grupo (público general)	Emocional	Información e imágenes imprecisas y testimonios	2'18"
Televisa-Canal 2	27/11/2015	Nota	Queja indirecta	Documental	Grupo (público general- amas de casa)	Racional, emocional	Información, imágenes y testimonios (dentro de espacio de revista)	3'48"
Excélsior TV (Grupo Imagen)-Canal Online	01/12/2015	Entrevista	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Imágenes de stock, entrevista telefónica	5'40"
Excélsior TV (Grupo Imagen)-Canal Online	02/12/2015	Opinión de colaborador*	Informativa	Opinión	Grupo (público general)	Racional	Imágenes de stock, presencia de colaborador	2'31"
Excélsior TV (Grupo Imagen)-Canal Online	03/12/2015	Opinión de colaborador*	Informativa	Opinión	Grupo (público general)	Racional	Imágenes de stock, presencia de colaborador	3'16"
TV Azteca-Canal 13	14/12/2015	Opinión de colaborador* Nota	Informativa	Opinión	Grupo (público general)	Racional	Imágenes de stock, presencia de colaborador	12'45"
TV Azteca-Canal 13	15/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Imágenes de stock	0'59"
Televisa-Canal 2	17/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Información e imágenes	1'25"
Excélsior TV (Grupo Imagen)-Canal Online	18/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Información e imágenes de stock	2'10"
Televisa-Canal 12	18/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general- Hermosillo, Sonora)	Racional	Información e imágenes de stock	1'19"
Televisa-Canal 2	18/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Información, imágenes y testimonio	3'16"
El Financiero Bloomberg TV	20/12/2015	Nota	Informativa	Documental	Grupo (público general)	Racional	Información, imágenes y testimonio	2'36"

*Elaboración propia. Versiones estenográficas de las notas de televisión se encuentran en el Anexo III. *Como se comenta anteriormente, se incluyeron en esta selección las colaboraciones de David Páramo, por peculiaridades que se detallan a continuación.*

Es pertinente agregar aquí un comentario más, en lo que se refiere a las notas consignadas de TV Azteca en este análisis, pues su noticiario dio cobertura a comunidades específicas del interior de la República Mexicana: Sonora, Chiapas, Colima, Querétaro (en la Tabla, TV Azteca 2, 6, 10 y 12 de noviembre); con lo cual esta televisora incrementó sustancialmente su participación crítica y negativa.

Por este hallazgo es que, para este trabajo, se realizó un ejercicio adicional con la finalidad de explorar cuánto tiempo dedica el noticiario “Hechos Noche” (el *estelar* o bandera de la televisora) a publicar información de los Estados, debido a que esto podría permitir distinguir si efectivamente TV Azteca acrecentó su cobertura en localidades con la intención de sostener sus críticas.

El resultado de este ejercicio es que, de facto, “Hechos Noche” sí destina cotidianamente un espacio mayor a información proveniente de las localidades (91), en comparación a la cantidad de notas generadas a nivel internacional (35) e incluso nacional (15), lo cual se puede apreciar en la siguiente Tabla.

TABLA 17. Ejercicio de constatación mediante conteo de notas por categoría del noticiario Hechos Noche de TV Azteca (corpus proxy 2016).

FECHA	NOTAS TOTALES POR DÍA	NOTAS INTERNACIONALES	NOTAS NACIONALES	NOTAS LOCALES
Viernes 28/10/2016	24	8	5	11
Lunes 31/10/2016	17	2	3	12
Martes 01/11/2016	21	6	1	14
Miércoles 02/11/2016	28	6	1	21
Jueves 03/11/2016	19	5	2	12
Viernes 04/11/2016	32	8	3	21
<i>Totales por categoría</i>	141	35	15	91

Elaboración propia.

Noticiario Hechos Noche, se transmite de lunes a viernes, de 22 a 22:30hrs. por Canal 13 de TV Azteca. Durante el periodo observado la duración del noticiario varió de los 25 a los 40 minutos sin una explicación explícita del conductor y sin visualizarse algún motivo más allá del desahogo de información. Ante la imposibilidad de hacer una tabla

con las mismas fechas en que se obtuvieron los corpus de notas audiovisuales en 2013 y 2015 (se habría requerido tener los noticiarios Hechos Noche íntegros), se realizó el conteo de notas del viernes 28 de octubre al viernes 4 de noviembre del 2016.

Para esta tabla sólo se consideraron materiales periodísticos bajo el género de nota informativa o reporte, en cuyos formatos: a) el conductor leyera la información mientras ésta se ilustraba con imágenes; b) el conductor diera un pase a la nota previamente elaborada por el reportero; o c) el conductor diera un pase al reportero que estuviera realizando una cobertura en vivo. En consecuencia, se excluyeron entrevistas dentro del estudio y colaboraciones de opinión, así como *teasers* y/o resúmenes.

Las categorías de notas corresponden a: Internacionales: aquellas cuyo contenido se hubiera generado fuera de México; Nacionales: aquellas cuyo contenido se hubiera generado dentro de México, con temas de trascendencia para el país, ya sea por surgir del gobierno federal o por tratarse de situaciones aplicables a la federación en general; Locales: aquellas cuyo contenido se hubiera generado dentro de uno (o simultáneamente en varios) de los Estados de la República, incluida la Ciudad de México, sin que esta información se cruzara con la del tipo Nacional.

Aparentemente el día de la semana no tiene una relación con que exista más o menos publicaciones sobre los estados, así como tampoco es determinante si se trata de un día laboral o de asueto: el miércoles 2 de noviembre fue día de descanso obligatorio, mientras que el viernes 4 fue laboral, y la cantidad de notas en ambos es muy similar.

En resumen, es claro que TV Azteca sí da cotidianamente un espacio considerable, a información local y, aunque por un lado esto descarta el supuesto de que hubiera modificado su formato de publicaciones para atacar al IFT, por otro lado permitiría constatar que cuenta con una sólida red informativa en las localidades (la misma con la que trabaja en términos cotidianos), y que la usó en su campaña de comentarios críticos, lo cual queda evidenciado con el análisis de contenidos presentado

anteriormente. Para cerrar este ejercicio baste reiterar que es sólo eso, un ejemplo acotado a corroborar una interrogante y que no puede ser extrapolado a otras conjeturas.

4.3. Resultados del análisis: Análisis del Mapa de Actores

Como se comenta al inicio de la sección 3.3., el mapa de actores se diseñó a partir de las posturas manifiestas de los diferentes actores detectados, capturadas en las publicaciones del corpus, ya fueran: a favor, en contra, neutral o sin manifestarse, sobre...

- a) La implementación de la Política TDT.
- b) Apoyo a empresas reguladas (específicamente, a las televisoras).

Si se hubiera creado un mapa previo a la implementación de la política TDT, habría valido la pena diseñarlo con mayor detalle: más criterios y situaciones, sobre las cuales obtener las posiciones de los diversos actores. Sin embargo, se consideró que, al tratarse de un análisis posterior a dicha implementación, resulta pertinente acotar el diseño sólo a las posturas más relevantes, atendiendo sólo a dos clasificaciones genéricas, como se detalla a continuación.

a) Implementación de la política TDT:

- Manifestarse a favor de: abarca cualquier postura que apoye el cumplimiento de la Ley y disposiciones de la autoridad (CFT-IFT) aplicables al caso, en responsabilidades y plazos.
- Manifestarse en contra de: cualquier postura contraria a la implementación de la política; esto es, declarar y/o solicitar se aplace, ya sea por motivos técnicos, electorales o de presión de la opinión pública (en cualquiera de sus diferentes tipos). Abarca ataques a CFT-IFT y sus funcionarios.
 - No incluye ataques a la SCT u otra dependencia de gobierno. El tema de “entrega de pantallas” corresponde a SCT; aunque repercute de forma negativa en la implementación de la política TDT, no debe considerarse

como parte de mapeo. Igual sucede con la recolección de televisores viejos, como problemática de medio ambiente.

- Neutral: abogar por que se alcance un acuerdo entre actores enfrentados, sin contravenir el cumplimiento de la Ley y la implementación de la política (por ejemplo: las declaraciones explicativas del IFT sobre la situación excepcional de las televisoras pequeñas que no alcanzarían el *apagón* a tiempo).
- Sin manifestarse: simplemente la ausencia de una postura sobre la implementación.

b) Apoyo a empresas reguladas:

Se refiere a las declaraciones de actores en función de las posturas de los regulados (televisoras), ya sea de forma directa (por ejemplo: usuarios entrevistados por TV Azteca, Senadores) o indirecta (columnistas encubriendo una posible afiliación a los intereses de las televisoras).

- Manifestarse a favor: apoyar el discurso de no implementación y/o de aplazamiento por motivos técnicos, electorales. Ataque a CFT-IFT dando la razón a las empresas reguladas (formato de ataque, declaración no explicativa).
- Manifestarse en contra: no apoyar el discurso de televisoras ni otros actores políticos respecto al aplazamiento por motivos técnicos, electorales.
- Neutral: no mencionar el aplazamiento al momento de hacer declaraciones sobre la implementación de la política TDT, o abiertamente minimizar esa discusión para hablar de otros detalles del interés de los usuarios.
- Sin manifestarse: simplemente la ausencia de una postura sobre las empresas reguladas y sus intereses.

Los dos temas clasificados arriba, pueden servir para contrapuntear la situación (comparar los resultados de ambos), ya sea que se correspondan o se contradigan entre sí, para minimizar posibles errores de apreciación, ya que no se contará con más detalles. El mapa se dividió en dos tablas, una para el periodo 2013 y otra para el periodo 2015 (ambas se encuentran en el Anexo II).

4.3.1. ¿Quiénes son los actores del caso TDT?

Se identificaron las siguientes categorías de actores:

- Empresas reguladas: considera sólo empresas televisoras, Televisa, TV Azteca, Grupo Imagen y MVS³⁵, que se manifestaran sobre los tópicos de interés en materia TDT, ya sea a través de algún vocero institucional o vía su programación.
- Instituciones y personajes de gobierno: tanto de la autoridad reguladora (CFT-IFT) como del Gobierno Federal (secretarios y subsecretarios) y otros casos como resultó ser el Instituto Federal Electoral (IFE) y exfuncionarios en calidad de *expertos técnicos* sobre el tema.
- Legisladores y partidos políticos³⁶ (por sus funciones y peculiaridades de comportamiento se les considera como un actor diferente al gobierno federal).
- Analistas y editorialistas en medios impresos: se distinguió que realizaran, en este rubro, una actividad primordialmente periodística (como articulistas o columnistas), para diferenciar de cuándo habrían podido aparecer como voceros de alguna organización (en entrevistas o mesas de discusión), lo cual se incluye en la siguiente categoría.
- Analistas de instituciones no gubernamentales, abarca instituciones académicas (se les diferencia de los anteriores debido a que su relevancia deriva no de participar en medios sino de su pertenencia a alguna ONG).
- Grupos o líderes civiles: usuarios organizados o individuales, dentro de ciudades y/o comunidades, que habrían sido afectados por la política TDT.

³⁵ Sólo se consideran publicaciones de MVS para el periodo mayo-junio 2013 pues, debido a la lejanía en el tiempo, en general fue difícil conseguir materiales audiovisuales vía internet, como ya se ha comentado en este trabajo. La intención de incluir a MVS fue la de contar con publicaciones audiovisuales que no hubieran sido emitido por las grandes televisoras, y poder comparar sus coberturas del caso TDT en Tijuana.

³⁶ En el mapa del periodo 2013, este grupo de actores se encuentra ausente, aunque sí se generó actividad legislativa formal e informal, y que de hecho se puede observar abiertamente en el aplazamiento del *apagón*, derivado de un tema de difusión electoral en Tijuana. Es factible que lo anterior se debiera a la manera en que los medios seleccionados realizaron su cobertura, pues la responsabilidad de la modificación a la política TDT recaía en la misma CFT (*vid supra*, *Tabla 10*).

4.3.2. Hallazgos sobre los actores en general y el escenario que enfrentó la política TDT

La participación de los diferentes actores quedó consignada en el mapa de actores (Anexo II), las cuales pueden ser estudiadas a través de las categorías que se establecieron para facilitar la detección de tendencias o acciones a manera de campañas, y evitar el desgaste de pretender el análisis de actores en lo individual o uno por uno. Por lo anterior se creó la siguiente tabla.

TABLA 18. Comparación de posturas en lo general, sobre las categorías establecidas para el mapa de actores, Periodos I y II.

Categoría de Actores	Periodo I: mayo-junio 2013	Periodo II: nov.-dic. 2015
Empresas reguladas	Sus posturas fueron las esperadas: en contra de la implementación de la política TDT (salvo el caso de MVS que buscó ser informativa), y de manera congruente aprovecharon la oportunidad para atacar a la autoridad.	Sus posturas pasaron de la crítica y ataque (bajo el argumento de afectación a comunidades), al apoyo a la política TDT incluido su el autoelogio.
Instituciones y personajes de gobierno	La defensa de la política fue liderada por Mony de Swaan, quien también buscó atacar a las televisoras; la SCT, dentro de cuya estructura se encontraba la CFT buscó deslindarse de la problemática en Tijuana. El Gobierno de BC y Tijuana se opusieron al apagón. La autoridad electoral local y federal fueron factor clave para presionar y argumentar la modificación de la política y aplazar el apagón.	El IFT acudió a un vocero técnico (Comisionado Borjón) para defender la etapa final del apagón, aunque el Comisionado Presidente, Gabriel Contreras también participó. El tema fue contaminado con críticas y ataques a la SCT y SEDESOL sobre las fallas en la entrega de pantallas y decodificadores a población de escasos recursos. No hubo menciones en contra de las televisoras en este grupo.
Legisladores y partidos políticos	Ausentes de acuerdo a los medios seleccionados y su cobertura del tema.	Destaca la postura crítica del Senador Javier Lozano, contra el IFT. El Senador Javier corral retomó críticas a las televisoras. El resto de los legisladores detectados manifestaron neutralidad y ausencia.
Analistas y editorialistas en medios impresos	Apoyaron la implementación de la política TDT, y de forma moderada criticaron la participación de las televisoras en la cobertura negativa.	Destaca la participación multimedia del columnista David Páramo, en espacios informativos de dos empresas defendió la política TDT, criticó a quienes se opusieron y auto elogió a sus empleadoras.
Analistas de ONGs y academia	Participación polarizada sobre la implementación, no es claro si atendieron a intereses de grupos políticos o empresas. En los casos de Aleida Calleja e Irene Levy, se mostraron críticas a la participación de las televisoras.	Mayor participación en los medios selectos. Predominó la neutralidad en sus participaciones (informar, más que opinar); casi no manifestaron comentarios sobre las televisoras. Ernesto Piedras (CIU) fue muy activo y mantuvo su crítica a temas de planeación (entrevistado reiteradamente por Carla Martínez para El Universal).
Grupos o líderes civiles	La participación de un supuesto representante legal de usuarios afectados en Tijuana generó cobertura artificial y la percepción de que el problema era generalizado. Se detectaron declaraciones de usuarios inconformes.	Destaca la cobertura que hiciera TV Azteca al inicio del periodo, recurriendo a testimonios de usuarios afectados en diversas comunidades. Fuera de esas participaciones (cuando TV Azteca deja de empujar esa cobertura), estos actores desaparecen de los medios.

Elaboración propia.

A partir de la Tabla 18 (y con la lectura del mapa de actores en el Anexo II y los hallazgos sobre la Tabla de Seguimiento), es factible comenzar a establecer algunas nociones sobre el escenario que enfrentó CFT-IFT durante la implementación de la política TDT:

- Que fue una situación derivada de un proceso electoral lo que generó una modificación a la política (aplazamiento); cuando lo que se hubiera esperado es un conflicto relacionado a temas técnicos y de actores directamente vinculados al sector telecomunicaciones y su regulación. Al final, no se puede atribuir sólo a un manejo mediático y/o de facto de grupos de interés (televisoras) u otros actores.
- Que las publicaciones críticas utilizaron las voces de al menos tres categorías o tipos de actores: supuestos usuarios inconformes; analistas especializados en telecomunicaciones; funcionarios con interés político (Gobernador de BC, Alcalde de Tijuana y Senador Lozano).
- En ese mismo sentido, los medios criticaron y atacaron la política TDT y a la autoridad, mediante publicaciones de comentarios (posturas abiertas), y utilizando testimonios de los actores arriba mencionados (posturas encubiertas), aunque no es claro si fue por algún tipo de coacción, libre convencimiento o coincidencia con las televisoras.
- Que también se dio voz a la autoridad (CFT-IFT) para manifestar su postura (informar, defender), por lo que, a pesar de las ponderaciones negativas (Tabla de Seguimiento, Anexo I), se puede decir que hubo una intención de equilibrio en las participaciones de actores y por tanto en la cobertura a la política TDT.

En la entrevista aplicada a E. García Turincio, Coordinador General de Comunicación Social del IFT (Anexo IV), y que se realizó de forma independiente al ejercicio de mapa de actores del presente trabajo, comentó que la difusión del instituto se orienta primordialmente al público en general, para informar y educar sobre los derechos como usuarios de telecomunicaciones.

Y, aunque reconoció que también atienden actores del llamado *círculo rojo* (“políticos, periodistas, otro tipo de tomadores de decisiones a los que se le envía información de vía o por maneras diferentes”), aclaró que la comunicación para estos y aquellos termina por ser la misma, pues la base (los derechos mencionados) aplica para todos los mexicanos; por lo anterior, la Coordinación no genera un mapeo ni segmentación de actores, las herramientas que utilizan, especificó, son “la lectura de medios, análisis de contenido, análisis de discurso”.

Adicionalmente E. García (comunicación personal, 28 de diciembre, 2016) comentó, respecto a las posturas y acciones de las televisoras que sí detectaron el uso de cintillos (supers) durante sus transmisiones, difundiendo que “si se iba la señal era responsabilidad del gobierno y de la COFETEL (...). Lo que hicieron fue ‘calentar’ a la población contra la decisión de la COFETEL de llevar a cabo el programa de transición a la televisión digital”.

Al abundar sobre el tema, el entonces Coordinador de Comunicación del IFT explicó además que:

“muchos de los jugadores (periodistas, colaboradores) de medios impresos o de radio trabajan para las televisoras. Los mismos radios son regulados, entonces cuando no les gustaba: pegaban, o cuando no les gustaba a sus patrones de otros medios: pegaban. Muy pocas veces hubo llamados aquí (a la Coordinación de Comunicación) para informarse adecuadamente. Yo no recuerdo uno sólo, a decir verdad.” (E. García, comunicación personal, 28 de diciembre, 2016)

Ante tales ataques y críticas, el IFT buscó posicionar su información a través de las bondades y las ventajas de implementar la transición digital (la aplicación de la Ley y la política), y no de reaccionar a comentarios en particular, además de que, al tratarse de un tema público y planificado, los regulados no podían argumentar estar mal informados.

Se le preguntó a E. García si detectaron problemáticas durante la implementación de la política, y ejemplificó que los medios regulados informaban sobre supuestas manifestaciones de usuarios inconformes, sin embargo, al estar él presente en el evento inaugural (ejemplo que utilizó), pudo constatar que esa información era falsa ya que no había ninguna reunión de gente o manifestación en grupo.

Para redondear esta disertación, E. García se refirió al tipo de relación que tiene el IFT con los actores regulados:

“No es un tema exclusivo del Instituto, cuando eres el árbitro o juez en algún sector o en algún deporte, tus resoluciones de manera natural van a afectar a alguien, pueden beneficiar o no a un tercero, pero sin duda van a afectar a alguien. Entonces no puedes esperar que, a esos (actores) a los que afectas sus intereses hablen bien de ti. Tu deber es estar preparado para enfrentar esta situación y atenderla de la mejor manera.” (E. García, comunicación personal, 28 de diciembre, 2016)

Para cerrar esta sección sobre el mapa de actores, se utilizan brevemente tres elementos para el estudio de la opinión pública, en la interacción de medios, grupos de interés y gobierno.

1) *Establecimiento de Agenda*: de entre los diferentes actores detectados en el mapa, quienes buscaron influir en la relevancia de la cuestión pública desde los medios (McCombs, 2006, p.24, 25 y 29) habrían sido los medios regulados, quienes a través de sus espacios buscaron posicionar el tema de la política TDT y generar una reacción de protesta en las audiencias (aunque posteriormente dio un giro hacia la aceptación).

Por otro lado, CFT-IFT habría trabajado abiertamente en establecer su agenda, atributos y beneficios de la transición, como parte de sus obligaciones de generar información para los usuarios en general, aunque evitó convertir su participación en una serie interminable de confrontaciones con actores críticos en específico.

2) *Mediación o mediatización*: en el caso analizado no hay evidencia de que los medios sean ampliamente influyentes (Strömbäck y Esser, 2014, p. 248 y 249)³⁷ en la definición de la política de TDT y su proceso de implementación, sino que se acercan más a la mera transmisión de mensajes de los diferentes actores hacia el público en general, mismo que no mostró activismo en contra de la transición.

3) *Participación de la opinión pública*: de acuerdo con la información analizada, hubo una ausencia de participación de la *mass opinion*, los medios sólo alcanzaron a consignar testimonios unitarios y al parecer fomentados (en especial por TV Azteca).

En lo que se refiere a la aplicación de sondeos o encuestas, la misma CFT-IFT realizaron los estudios pertinentes, el más reciente disponible titulado “Experiencia de los hogares después de la transición a la televisión digital terrestre, septiembre 2016”, arroja resultados como:

- En general se observa una reducción en el porcentaje de hogares sin infraestructura para TDT en todas las ciudades. Por ejemplo, Cuernavaca pasó de 23% a 4%, sólo un mes después del cese de transmisiones.
- En ciudades que mostraron porcentajes de hogares no preparados mayores al 20% (como Tuxtla Gutiérrez, Puebla y Ciudad de México), se observa que en 6 meses se redujo a un rango entre 7 y 8%.
- El estudio permitió estimar que fue el propio apagón lo que terminó de motivar a los hogares a adquirir los equipos para recibir la señal digital.
- Esa tendencia es consistente con la experiencia internacional; por ejemplo, en España el año previo al apagón analógico, el 62.6% de los hogares no estaban preparados para recibir señales TDT y un año después del apagón la cifra se

³⁷ En este caso las notas de medios impresos analizadas no muestran una presencia de *media-logic* o una influencia del interés de los medios por influir en la agenda, sino que predomina una *political-logic*, las reglas del proceso de definición de un problema y acciones institucionales para atenderlo; donde sí se denota un efecto de *media-logic*, como era de esperarse, es en las publicaciones de las televisoras, de forma generalizada al implementarse en Tijuana, mientras que al cierre de 2015 se concentró en la cobertura de TV Azteca.

redujo al 13.2%; es decir, a un año de iniciar el proceso de apagones analógicos la cifra disminuyó un 79%.

Por el contrario, hay evidencia clara de la presencia de la *activated public opinion* es decir, opiniones de ciudadanos informados (Entman y Herbst, 2001, pp. 206-207)³⁸, como se puede apreciar en las categorías del mapa de actores de analistas especializados y académicos.

³⁸ La segmentación de opinión pública que aquí se retoma, estaría incompleta y no sería suficiente para definir si habría alguna influencia de aquella en la política TDT. Aún así, las notas estudiadas sugerirían que, una vez establecida dicha política y su discusión técnica, no hubo espacio sino sólo para acatarla.

CAPÍTULO 5. COMENTARIOS FINALES Y DISCUSIÓN

En esta investigación se encontró que existió una postura mediática, ante la política TDT, con tono crítico. Cabe que distinguir entre mencionar el tono crítico, el cual puede existir dentro o fuera de una campaña de presión, y señalar que la postura mediática se caracterizó por la presencia de argumentos similares, lo cual sería prueba de una actitud grupal, principalmente por las televisoras. La similitud de argumentos se puede leer en los siguientes tres puntos:

- 1) La política TDT generaría una afectación a la sociedad (población de escasos recursos se quedaría sin acceso a televisión abierta).
- 2) La toma de decisión sobre la política TDT (ergo, los funcionarios) no habría considerado la opinión de todos los usuarios finales (en especial de la población de escasos recursos).
- 3) La autoridad en general, y aquella a cargo de la política TDT en lo particular, habría incurrido en una mala planeación para implementar la política TDT.
 - Por autoridad se considera al IFT, aunque para incrementar la campaña, se detectó el uso correcto e incorrecto de otras instituciones (proceso de *ensuciar la información*).
- Alrededor de los anteriores argumentos, se habrían abordado otros temas, al parecer con la intención de generar *ruido* (no aportaban realmente datos sobre la supuesta problemática ni posibles soluciones), tales como: entrega de decodificadores, pantallas y disposición de aparatos viejos, entre otros con menor frecuencia.

Si bien no hay mayor evidencia de que hubiera una agenda única detrás de los argumentos arriba expuestos, ni de una coordinación abierta por una o ambas grandes televisoras o sus funcionarios, sí es de sorprender la similitud de argumentos y quiénes los emiten. Como se vio en la revisión de la literatura del presente trabajo, la rivalidad por audiencias y anunciantes (véase Olper y Swinnen, 2013, pp.1-48), así como el celo de la actividad periodística misma (traducido en la exigencia editorial de no manejar la misma información que otro u otros medios), serían barrera suficiente para impedir que

una similitud como la descrita sucediera, a menos de que existiera una intención contraria.

El tono negativo detectado en las publicaciones disponibles fue encabezado con la cobertura realizada por las dos principales cadenas televisoras del país: Televisa y TV Azteca. Como ya se ha comentado, dichas televisoras presentan las tres características de interés para el presente trabajo al ser al mismo tiempo: medios informativos para la opinión pública, empresas con intereses corporativos (véase Jones y Wolf, 2007, pp.1-22), y objeto de regulación en materia de telecomunicaciones (lo cual acentúa el rubro de intereses corporativos), ante una misma política pública que les incumbe³⁹ a estas y sus usuarios, como es la política TDT.

Lo anterior resulta en fuertes incentivos para que las televisoras utilicen espacios noticiosos de su propiedad (véase McNally et al., 2014; Schneider, 2010) para publicar materiales realizados en diversas localidades de la República Mexicana, con testimonios de personas supuestamente afectadas, los cuales fueron presentados, sin distinción, junto al resto de sus contenidos periodísticos, con el manejo de los *argumentos similares* que se exponen párrafos arriba, y abonando información para el beneficio de su causa (véase Patashnik, 2011): presionar a la autoridad para aplazar y/o detener la implementación de la política TDT.

Una prueba de que dichos materiales fueron preparados *ex profeso*, se tiene con la entrevista realizada al Coordinador de Comunicación Social del IFT, a quien se le preguntó directamente sobre la existencia y calidad de las manifestaciones de ciudadanos mencionadas en diversas publicaciones (caso Tijuana), a lo que él respondió que, habiendo estado en la localidad y en la sede donde se habrían realizado dichas manifestaciones, no se encontró con ninguna.

³⁹ De acuerdo con Russell, Dwidar y Jones, (2016, pp. 3-19), los medios deben ser estudiados no sólo como formadores de opinión pública para iniciar e ciclo de política pública, sino como instituciones y actores clave que buscan influir en estas mismas.

Por su parte, y sin pretender repetir los hallazgos del capítulo anterior, es factible resumir que los medios impresos dieron cauce a contenidos más variados por lo que, a pesar de que se mantuvo el tono crítico a lo largo de los periodos analizados, fue mayor el número de voces que aportaron su opinión ante la implementación de la política que las utilizadas en televisión. De estas opiniones destacan que:

- Organismos no gubernamentales y especialistas en el sector se expresaron tanto a favor como en contra de la política.
 - Cuando la opinión resultaba en contra de la política, la orientación del argumento se asemeja a los argumentos aparecidos en las publicaciones detectadas, expuestos arriba, como parte de la campaña de presión.
 - A pesar de hacerse patente esta *semejanza*, en esta investigación no fue posible establecer un vínculo directo entre las televisoras y el manejo controlado de la información expresada en medios impresos.
- La gran mayoría de la información y las opiniones fueron publicadas en secciones de negocios y finanzas, dentro de las cuales también se encontraron los columnistas que retomaron el tema (Lourdes Mendoza y David Páramo, ambos empleados de TV Azteca).
 - La política TDT, como se ha comentado a lo largo de este trabajo, cuenta con una relevancia económica, financiera y social, pero la cobertura en secciones de negocios y finanzas denota, en concordancia con la delimitación del problema, que la campaña mediática atendía un interés corporativo y de competencia, y causó la atención de los actores y grupos de interés del sector telecomunicaciones.
- En contraste a lo anterior, se tiene poca presencia o ausencia en secciones que cubren sucesos de interés para la sociedad y sectores vulnerables.
 - Una vez más, dado este comportamiento en la cobertura, se puede denotar la naturaleza de la información: no aparece en secciones que pudieran interesar a actores sociales y políticos en general, sino en aquellas del interés de tomadores de decisión de la administración pública, empresarios y ejecutivos, analistas financieros, e incluso otros periodistas especializados en esas fuentes.

Tanto en el caso de las televisoras, como en el caso de los diarios analizados, se percibe que hubo un cambio en el tono de sus publicaciones rumbo al cierre del 2015. Como se comenta en el Capítulo 3, las televisoras dieron un giro de negativo a positivo conforme fue avanzando el calendario del *apagón* al grado de que, TV Azteca, que se distinguió por sus embates a la política, llegó a publicar sólo información positiva del suceso. Por su parte, los diarios dieron acceso a información sobre los beneficios sociales del cambio tecnológico, aunque sin dejar de dar espacio a diversas voces críticas.

Sobre esto mismo, es pertinente hacer una acotación sobre los tiempos, ya que se habría esperado que el tono crítico de las televisoras se mantuviera intacto a lo largo de los periodos analizados, sin embargo, esto no fue así. A considerar que el giro en las posturas pudo haberse debido a la conjunción de tres factores⁴⁰:

- En diciembre 2015, pudo haber influido la inminencia del cese de señales analógicas (ya no había argumento ni motivo para aplazarlo).
 - Tampoco se detectó apoyo de los usuarios o funcionarios y políticos (como si sucedió en 2013 ante un tema electoral).
- A lo largo de todo el 2015, se manejó que, conforme a la ley y a la política TDT, eran las mismas televisoras las que debían hacer la difusión del cambio y orientar a sus audiencias sobre cómo se haría la transición.
 - De continuar con la difusión de información negativa, sin sustento contundente y sin apoyo de otros grupos y actores, las televisoras corrían el riesgo de revelar una actitud regresiva, cuando ellas mismas se han encontrado promoviendo nuevos servicios de tecnologías de la información (por ejemplo: *streaming*, combos de internet, telefonía y televisión por cable).

⁴⁰ Independientemente del concepto de “ciclo de atención a temas” que menciona Soroka et al. (2012), el cual supone que los temas publicados en los medios se mueven cíclicamente, entrando y saliendo de la conciencia del público, al ser sustituidos por otros temas que, en un determinado contexto, tendrán mayor relevancia.

- Las televisoras comprendieron que podían realizar dicha difusión a manera de autopromoción ante sus audiencias, reforzando los beneficios de la transición como si fueran logros únicamente por parte de la compañía: cambio gratuito, mejores imágenes, diversidad de canales, etcétera.

Otro hallazgo de interés se genera al cruzar el uso de los tres argumentos que conformaron el contenido de la campaña de presión (expuestos al inicio de este Capítulo), con la posibilidad de que dicha campaña hubiera tenido una repercusión en la opinión pública y, en conjunto, incidir en la toma de decisión de la autoridad; al respecto se puede comentar lo siguiente:

- A través de la información recopilada y su análisis, no se detecta que la opinión pública masiva haya participado en criticar la política TDT y por lo tanto no interfirió en la toma de decisiones, es decir, no adoptó los mensajes de la campaña de presión.
- Por su parte, el IFT cuenta con mediciones posteriores al cierre de la implementación, donde se demuestra que la población se ha ido adaptando al cambio tecnológico de forma gradual en general, y de forma acelerada en las zonas urbanas.
- Destaca la ausencia de movimientos sociales por inconformidad, como lo habrían sugerido las publicaciones televisivas mencionadas (las notas en diarios de circulación nacional no corroboran la información manejada en las televisoras).
- Como lo demuestra esta investigación, en 2013 la situación sí desembocó en un aplazamiento a la implementación de la política, pero no es completamente claro que: 1) haya sucedido por un descontento social; y/o 2) que haya sucedido como consecuencia de la campaña de presión en medios. Por el contrario, dicho aplazamiento se dio de forma coordinada entre la autoridad electoral y la autoridad reguladora del sector telecomunicaciones.

Al ser el IFT la institución encargada de implementar la política, además de que es el órgano regulador del sector, permitió en esta investigación prever en un inicio que no

sólo sería foco de ataques y críticas por parte de las publicaciones en los medios, sino que también, derivado de lo mismo, habría tenido que realizar alguna estrategia y acciones para: informar al público sobre la política misma, realizar aclaraciones e incluso desmentidos.

Para tales funciones, el IFT habría contado con el apoyo de su Coordinación de Comunicación Social para detectar y *hacer frente* a la campaña de presión. Si bien esta instancia no proporcionó a esta investigación más información sobre sus actividades respecto a la política TDT, sí se consiguieron documentos y algunas declaraciones (mediante entrevista directa) para mostrar de forma general en qué consistió su difusión:

- Campaña de tipo publicitario o *spots*, dirigida a la población en general y sin distinciones.
- Difusión del calendario del *apagón*.
- Atención a periodistas que solicitaran información (pocas o nulas solicitudes).
- Preparación de voceros técnicos para ofrecer entrevistas específicas sobre el tema.
- Ignorar las críticas a la política, para no desgastarse en responderlas una por una, y bajo el argumento de que la información debía ser dirigida a todos los usuarios de señales de televisión y no a segmentos.
- Queda la percepción de que, al revisar en lo general la Tabla de Seguimiento, el IFT no habría reaccionado para defender a la política TDT, a pesar de contar tanto con el marco legal, como con los recursos financieros y capacidades de comunicación. Esto pudo deberse a:
 - La decisión de que, dado el contexto y avance en la implementación de la política, ya no era necesario salir a medios.
 - Los principales detractores (las dos grandes televisoras), cambiaron finalmente de postura, mientras que otros persistentes (analistas, miembros de ONG's), mantuvieron argumentos que no aportaban novedad a la discusión (por ejemplo, los supuestos *errores de planeación*).

5.1. Sobre las campañas de presión en los medios y la implementación de políticas públicas: aprendizajes y herramientas

Los comentarios anteriores han servido para responder las primeras cuatro preguntas de la investigación, quedando sólo una más por atender, respecto a si es pertinente considerar las campañas de presión en medios como un criterio más en la implementación de políticas públicas.

Aquí el análisis puede arrojar elementos en dos sentidos opuestos:

- a) Extraer aprendizajes genéricos, aplicables a cualquier tipo de política pública.
- b) Extraer aprendizajes específicos, aplicables sólo a situaciones similares a la política TDT⁴¹.

En lo que se refiere al inciso a), sí es factible extraer elementos genéricos, que ayuden a establecer, acompañar y/o reforzar los llamados criterios de viabilidad política⁴² (aceptabilidad-oposición) y/o administrativos (nodalidad institucional) para un análisis de política pública (véase Weimer y Vining, 2011, p. 348) vigente o futura, incluida una situación en la que los sujetos de la política, como en este caso fueron las televisoras, pudieran tener los recursos para manifestarse como grupo de interés.

Si bien en este trabajo se describió y estudió la política TDT, y de forma complementaria, al IFT, cualquier analista de política pública que desee utilizar herramientas derivadas de la comunicación puede partir (véase Hughes, 2010; Lindquist y Wanna, 2015; Russell et al., 2016), como se hizo en este trabajo, de

⁴¹ Considerando que los sujetos de la política TDT, corporativos permisionarios y concesionarios de televisión, fungen a la vez como medios de información al público en general y excluyendo por el momento otros ejercicios de regulación en medios cuya implementación requiere directamente la aplicación de criterios económicos, en tanto se trate de un análisis de política pública.

⁴² También llamada aceptabilidad o inaceptabilidad política, puede ser interpretada observando si existe demasiada oposición o muy poco apoyo en relación a una política pública y su implementación, a considerar: que el contexto es siempre cambiante, que la solidez de las ideas puede no ser tal en la práctica (empezando por los procesos burocráticos), y que este criterio puede perfeccionarse al usar herramientas de análisis a través de personajes, demandas e incentivos institucionales, vulnerabilidad política, entre otros aspectos (Bardach, 2001, p. 44).

localizar y desmenuzar las características del organismo responsable de la implementación de la política (leyes, estatutos, reglamentos), para establecer el entorno en el que tenga incidencia y la profundidad de sus atribuciones.

Aunque parece una obviedad, realizar este ejercicio resulta de gran ayuda al momento de enfrentar escenarios hostiles en la opinión pública (crítica y ataque), no para hacer una defensa en la operación de una política, sino para evitar caer en apasionamientos o en la indiferencia al momento, por ejemplo, de registrar una campaña mediática negativa. Para ello, herramientas como la *tabla de seguimiento* y el *mapa de actores* resultan de gran utilidad.

La misma tabla permitió detectar, por ejemplo, la forma en cómo los medios del corpus trataban la información de interés. Una vez detectado el tratamiento, es factible que el responsable de implementar la política pública pueda tomar precauciones o simples disposiciones en materia de: *qué se necesita* informar (contenidos) y *en qué momento* (cronograma).

En lo que se refiere al mapa de actores, éste facilita identificar *a quién informar* (o a quién ignorar, como se dio en este caso); en este trabajo, por ejemplo, el mapeo permitió agrupar a los diferentes actores para facilitar la identificación de personajes a favor y detractores al caso de la política TDT; a través de la división por grupos, se facilita distinguir la presencia de activismo coordinado o independiente y facilita tomar medidas para cada uno de estos, en lugar de por cada actor.

En conjunto, tanto la tabla de seguimiento como el mapa de actores permiten bosquejar:

- Cómo participan los actores y grupos de interés con recursos aplicados a la comunicación, ya sea para provocar una campaña negativa o para obtener presencia en medios.
 - De forma directa, las televisoras habrían acudido a sus espacios propios; de forma indirecta, habrían *coincido* con las opiniones de ciertos

actores puntuales: *think-tanks*, ONG's, académicos (véase Bull, 2014; Schneider, 2010) y por lo tanto la posibilidad de una acción coordinada.

- Las herramientas que utilizan para implementar una campaña negativa:
 - Emplear a columnistas en su programación, para contar con una posible presencia en sus espacios en medios impresos.
 - Realizar testimonios (entrevistas) con usuarios y presentarlas como ejemplos de afectación, aun cuando las quejas no representen a una población (no exista una manifestación social).
 - No concentrarse en sólo atacar a la política, sino utilizar menciones de funcionarios, instituciones y otras problemáticas diversas para simular una mayor magnitud de la situación.

Por otro lado, en lo que se refiere al inciso b), es pertinente señalar que la política TDT contiene características que dificultan extraer aprendizajes genéricos, ya que:

- No es un tema fácil de asimilar por la opinión pública en general, encarnada en los usuarios; tiene una complejidad técnica en su implementación, y legal en la distribución de responsabilidades (véase McNally et al., 2014; Mirza y Beltrán, 2014).
 - De forma similar, los beneficios de la política se encuentran dispersos en diferentes ámbitos técnicos y económicos, mientras que para el usuario se trataría sólo de un cambio tecnológico (similar al paso de la televisión blanco y negro a color), y de acceso a su programación preferida.
- La implementación estuvo en manos de los concesionarios y permisionarios (el cambio de fondo en la adaptación y transmisión), mientras que la autoridad realizó la supervisión de ésta; la participación de los usuarios en general fue entonces limitada: recepción y adquisición de decodificador y/o pantallas.
- Por lo anterior, tanto los beneficios como las supuestas afectaciones se desarrollaron en una arena que se percibe como *intangibile*: discursos, dichos, movilizaciones simuladas (salvo las acciones concretas desarrolladas para atender la mencionada situación electoral en 2013).

- Lo contrario ocurrirá si se trata de una política pública bajo la forma de programas sociales (entrega de despensas u otros apoyos), campañas de salud (vacunación, asistencia clínica), de seguridad pública, que otorgan beneficios tangibles y casi inmediatos; o incluso una política de tipo fiscal (progresiva o recaudatoria); cursos de acción para los que la opinión pública ha manifestado mayor sensibilidad y por lo tanto participaciones en sentido de apoyo o rechazo.

5.2. Hacia una agenda de futuras investigaciones sobre medios, opinión pública y políticas públicas

Al terminar de responder las preguntas originales, comenzaron a surgir nuevas interrogantes sobre el mismo fenómeno que se intentó estudiar, por ejemplo ¿qué tan frontal o qué tan indirecto puede llegar a ser el activismo de actores como las televisoras?; ¿qué estrategias y tácticas están en capacidad de poner en marcha estos actores, para disimular su presión?, por ejemplo, hacerlo en voz de otros actores con credibilidad técnica (analistas y académicos), o con credibilidad social (como los supuestos pescadores de Manzanillo, Colima), o con poder de decisión (gobiernos locales, legisladores)?

Todo esto en un contexto aplicable a México, donde si bien no se puede hablar de que las tácticas encubiertas, como la ejemplificada, sean *ilegales* o infrinjan algún tipo de reglamento; sí tendría que existir algún tipo de presión social para señalar y denunciar una falta *ética* y la posible afectación a la participación de la ciudadanía en una democracia, a través de una desinformación intencional⁴³.

Es pertinente comentar que, si bien existen otros tantos temas en materia del sector telecomunicaciones, como: la regulación de la competencia económica en el sector,

⁴³ En términos de lo señalado por Soroka et al. (2012), señalar cuando los medios obstaculizan a una determinada política, así como establecer criterios para identificar las fallas que cometen los medios y, a partir de esto, si hay intencionalidad o no. Es decir, el tema de la ética de los medios al realizar su función informativa está incluso rebasado cuando se retoma toda una serie de problemáticas ya estudiadas.

aplicación de multas y asignación de concesiones, (ver Tabla 19); el presente trabajo se concentró sólo en la política TDT, como se mostró en capítulos posteriores, no sólo por su relevancia sino también por sus características. Sin duda sería interesante aplicar futuras investigaciones al entorno mediático en el que se desarrollan aquellas otras implementaciones y su interacción con actores y grupos de presión.

TABLA 19. Temas generales del sector telecomunicaciones a partir de las responsabilidades vigentes del IFT.

Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> Regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión.
Responsabilidades:	<p>Regulación, promoción y supervisión del <i>uso, aprovechamiento y explotación</i> de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Espectro radioeléctrico.</i> Recursos orbitales. Servicios satelitales. Redes de telecomunicaciones, (incluyendo redes públicas de telecomunicaciones). Servicios públicos de interés general de radiodifusión y de telecomunicaciones. Acceso a la infraestructura activa y pasiva y otros insumos esenciales. <i>Garantizar lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</i>
El IFT también es autoridad en materia de:	<ul style="list-style-type: none"> Competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones. <i>Lineamientos técnicos relativos a la infraestructura y los equipos que se conectan a las redes de telecomunicaciones, así como en materia de homologación y evaluación de la conformidad de dicha infraestructura y equipos.</i>

Elaboración propia a partir de IFT (2014 b).

El texto resaltado representa los aspectos temáticos que abarca la política TDT que se estudia en el presente trabajo y, por lo tanto, la gran cantidad de temas de regulación en telecomunicaciones que existe y que no forman parte de esta investigación.

Hay otros puntos que pudieran convertirse en una agenda futura de investigación, retomando la idea de que la interacción de grupos de interés con los medios pudiera generar una afectación social, está el tema de la “paradoja de los medios en materia de comunicación política”, la cual señala que, si bien estos han ayudado a desbaratar regímenes autoritarios o post-totalitarios, también es cierto que han fallado en ejercer su potencial de mejorar la calidad de la democracia (véase Gunther y Mughan, 2000, p. 444).

Esta es otra línea de estudio que debiera seguirse, con la intención de comprender el triángulo entre actores y grupos de interés, el papel de los medios y la interacción de estos con instituciones de gobierno y autoridades autónomas; y la influencia que dicho triángulo puede o no tener en la opinión pública masiva.

Así también queda, para para la agenda futura, entrever que no obstante se han estudiado diversos factores sobre el impacto de los medios en el comportamiento político (tecnológicos, económicos y de estructura social); un determinante decisivo de dichos efectos son las estrategias y conducta de las élites (véase Gunther y Mughan, 2000, p. 444), caracterizado por un tratamiento cínico de la información y una tendencia “anti sector público”, esto en detrimento del involucramiento activo e informado que requiere una democracia de su ciudadanía y la difusión de políticas públicas.

También queda abierta la posibilidad de estudiar más adelante las reacciones directas o indirectas que fueran coordinadas por los mismos sujetos económicos regulados (por ejemplo, una televisora coordinando a voceros académicos, de *think-tanks* y ONG's para hablar en su defensa); y la interacción de estos con medios de comunicación para manifestar o alentar posturas *anti-gobierno* o más precisamente anti-autoridad reguladora; en términos de Gunther y Mughan (2000), un: “cinismo hacia el gobierno federal y hacia el sector público en general”; tendencia que rara vez se encuentra respaldada por evidencia empírica, pero que también contribuiría a la erosión de la función social de los medios y de la confianza de la ciudadanía en sus instituciones.

5.3. Hacia una agenda de comunicación social para el IFT

Finalmente, dada la naturaleza de la información recopilada y de las mismas herramientas construidas para este trabajo, los diferentes componentes de este trabajo pudieran ser de utilidad para la Coordinación de Comunicación Social del IFT, en materia del diseño de funciones, equipo y planeación para resolver no sólo las necesidades típicas de atención a periodistas, sino para contrapuntar además las

estrategias, éticas o no, de aquellos actores que estarían interesados en ejercer presión para orientar la toma de decisiones a su favor.

Como punto de partida, este análisis puede servir para construir una serie de lineamientos que nutrieran la estrategia de comunicación social del Instituto, en el mediano y largo plazo. Por ejemplo, el alto número relativo de notas críticas invitaría a realizar una estrategia de difusión sobre resultados de la TDT, con el objetivo de equilibrar la información que esté disponible al público.

El contenido de dicha campaña debería bordar el cumplimiento de objetivos y los beneficios para la sociedad, considerando que:

- La información al público en general sobre la TDT, llegó a través de la campaña publicitaria principalmente.
- Los empresarios, permisionarios y concesionarios, fueron contactados directamente, (información técnica).
- Los periodistas suelen cubrir su fuente sólo para cumplir con sus compromisos “del día”, pero falta destacar, con datos duros ex-post, el impacto que tiene la TDT da al país.

El análisis también permitió detectar periodistas que no sólo realizaron cobertura con mayor frecuencia, sino que destacaron información ponderada como negativa, incluso proveniente de otras fuentes y no del IFT.

- Esto permitirá realizar acciones enfocadas a dar especial atención a éstos, y evitar que se diluya en esfuerzos para toda la fuente en general.
- Habrá que analizar con más detalle la cobertura que hicieron en otros temas clave para determinar si se trata de alguna línea editorial, interés personal o influencia de actores del sector.

A pesar de que las herramientas de análisis surgieron de un corpus mediático, los resultados del mapa de actores señalan que hay otros públicos con un activismo

constante (como ejemplo, su apertura a conceder entrevistas), y que se desenvuelven fuera de la arena política: las ONG's y los académicos, en su papel de especialistas.

Ya sea que dichos organismos y escuelas recluten sus recursos humanos y capital intelectual a través de empresarios y analistas financieros en activo o retirados, las relaciones del IFT debiera expandirse más allá del trabajo de difusión en medios y para el público en general, y abarcar actividades de interacción con los públicos específicos mencionados, considerando que:

- Las fortalezas económicas y el atractivo para inversionistas de las telecomunicaciones en México, lo convierten en un sector que requiere y continuará requiriendo especialistas con un alto nivel de especialización, desde la mano de obra hasta asesores financieros, legales, e incluso en materia de regulación económica.
- Sería recomendable que el IFT, adoptara dentro de sus funciones, el fomento a la educación superior orientada a la profesionalización del sector.
- Para lo cual, emprender una campaña de interacción con escuelas y universidades, más allá de la firma de convenios puntuales, que pudieran quedar desatendidos ante la falta de monitoreo.
- El fomento a la profesionalización podría tener efectos replicadores, por ejemplo, en la aparición con mayor frecuencia de publicaciones o espacios especializados, un incremento en la transparencia, vía entendimiento, de procesos regulatorios; así como un incremento de denuncias, por parte de usuarios, sobre malas prácticas de las empresas del sector.

FUENTES

Aguilar, J. A. (2015) "La ilusión del ágora". En *Nexos*. Junio 2015. México: <http://www.nexos.com.mx/?p=25128>

Alonso, R. "Determina Cofetel 'apagar' a Tijuana el 28 de mayo". *El Universal* (2013): 24 abr. 2013. <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/919411.html>

Álvarez, C. L. (2012). *Derecho de las telecomunicaciones*. México: UNAM/Posgrado Derecho-FUNDALEX.

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. (3ª ed. en español, 6ª ed. del inglés; Copia con Licencia CEDRO). México: Editorial El manual Moderno.

Ardanaz, M., Corbacho, A. y Ruiz-Vega, M. (2014). "Mind the Gap. Bridging the Perception and Reality of Crime Rates with Information". En *Inter-American Development Bank Working Paper Series*, No. IDB-WP-530, aug-2014. Washington: IDB.

AZ2 Populis Scientia. (2015). *Reporte de resultados del "Servicios de Evaluación Cuantitativa Post Test de la campaña denominada Televisión Digital Terrestre 2015" (Monterrey, Sabinas Hidalgo, Cuencamé, San Nicolás Jacala-Agua Fría Chica, Bahía De Asunción, Bahía de Tortugas, Guerrero Negro, San Ignacio y Santa Rosalía)*. México: IFT (ponencia).

Bardach, E. (2001). *Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas*. México: CIDE y Miguel Ángel Porrúa.

Baum, M. A. y Potter, P. (2008). "The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis". En *The Annual Review of Political Science*, Vol. 11, (pp. 39-65). California: University of California.

Becerra, O., Cavallo, E. y Scartascini, C. (2010). "The Politics of Financial Development: The Role of Interest Groups and Government Capabilities". *Inter-American Development Bank Working Paper Series*, No. IDB-WP-207. Washington: IDB.

Braman, S. (2011). "Defining Information Policy". En *Journal of Information Policy*, Vol. 1, pp. 1-5. Penn State University Press.

Bull, B. (2014). "Towards a Political Economy of Weak Institutions and Strong Elites in Central America". *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, No. 97 oct-2014 (pp. 117-128). Ámsterdam: Centrum voor Studie en Documentatie van Latijns Amerika (CEDLA).

Caballero, J. L. (2000). "Los órganos constitucionales autónomos: más allá de la división de poderes". Universidad Latina de América.
<http://www.unla.mx/iusunla2/reflexion/LOS%20ORGANOS%20CONSTITUCIONALES%20AUTONOMOS.htm>

Cacciatore, M., Scheufele, D., e Iyengar, S. (2016). "The End of Framing as we Know it . . . and the Future of Media Effects". En *Mass Communication and Society*, 19:7–23, 2016. Wisconsin: Routledge.

Calderón, C. y Chong, A. (2005). "Do democracies breed rent-seeking behavior?". *Inter-American Development Bank Research Department Working Paper*, 534 june-2005. Washington: IDB.

Calderón, C. y Chong, A. (2006). "Rent Seeking and Democracy in Latin America: What Drives What?". *Inter-American Development Bank Research Department Working Paper*, 546 jan-2006. Washington: IDB.

Canel, M. J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. España: Tecnos.

Canel, M. J. y Sanders, K. (2003). "Introduction: mapping the field of government communication". En Sanders, K. y Canel, M.J. (eds.). *Government Communication; cases and challenges* (pp.1-17). Londres: Bloomsbury.

Canel, M. J., y Sanders, K. (2010). "Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión". En *Rev. Comunicación y Sociedad*. 23,1: 7-48. España: Universidad de Navarra.

Casanueva-Reguart, C. (2013). "Mexico's Universal Telecommunications Service Policies and Regulatory Environment in an International Perspective, 1990–2010". En *Journal of Information Policy*, Vol. 3 (pp. 267-303). Penn State University Press.

Castells, M. (2012). "El poder en la era de las redes sociales". *Nexos*. Septiembre 2012. México. <http://www.nexos.com.mx/?p=14970>

Comisión Federal de Telecomunicaciones. "Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004". *Diario Oficial de la Federación*. (2012). 04 may. 2012. México.

Comisión Federal de Telecomunicaciones. "Acuerdo por el que se modifica el Acuerdo por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, y que se publicó el 4 de mayo de 2012". *Diario Oficial de la Federación*. (2013 a). 04 abr. 2013. México.

Comisión Federal de Telecomunicaciones. “Acuerdo por el que se modifica el Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, modificado el 4 de mayo de 2012 y 4 de abril de 2013”. *Diario Oficial de la Federación*. (2013 b). 01 jun. 2013. México.

Comisión Federal de Telecomunicaciones. “Acuerdo por el que se modifica el Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004, modificado el 4 de mayo de 2012, 4 de abril de 2013 y 1 de junio de 2013”. *Diario Oficial de la Federación*. (2013 c). 31 jul. 2013. México.

Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. “Ley Orgánica de la Administración Pública Federal”. *Diario Oficial de la Federación*. (2014). 11 ago. 2014. México.

Connery, D. (2010). “Initiating the Policy Cycle”. En: *Crisis Policymaking; Australia and the East Timor Crisis of 1999*. Australia: ANU Press.

Coordinación General de Comunicación Social, IFT. Documento IFT/213/CGCS/XX/2015, dirigido a la Unidad de Transparencia de la Coordinación General de Vinculación Institucional, en respuesta a la solicitud 0912100000716. (2016). 22 de enero de 2016. México.

Cruz, C. y Keefer P. (2015). “Political Parties, Clientelism, and Bureaucratic Reform”. *IDB Working Paper Series*, N° IDB-WP-604, jun-2015. Washington: IDB.

Cutlip, S. M. y Center, A. H. (2001). *Relaciones públicas eficaces*. España: Gestión 2000.

De Masi, O. (2001). *Comunicación gubernamental*. Argentina: Paidós.

De Swaan, M. (2013). *Reunión de Trabajo del Pleno de Cofetel, con las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, y de Radio, Televisión y Cinematografía, del Senado de la República*. Senado de la República. México D.F., 13 de junio (ponencia).
http://www.senado.gob.mx/comisiones/radio_tv_cine/reu/docs/presentacion_130613.pdf

Diario Oficial de la Federación. (2016). “Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”, 5 feb. 1917; última reforma 29 ene. 2016. México:
<http://www.ordenjuridico.gob.mx/constitucion.php>

Dunbar-Hester, C. (2014). “‘Being a Consistent Pain in the Ass’: Politics and Epistemics in Media Democracy Work”. En *Journal of Information Policy*, Vol. 4 (pp. 547-569). Penn State University Press.

Duran Barba, J. (2009). "Estrategias de comunicación política". En Izurieta, Roberto. (Coord.). *Estrategias de comunicación política para campañas y gobiernos* (pp.15-56). México: BUAP-The George Washington University; the Graduate School of Political management.

Entman, R. y Herbst, S. (2001). "Reframing public opinion as we have known it". En Bennet, W.L. y Entman, R. *Mediated politics* (Chapter 6: 203-225). Cambridge: Cambridge-University Press.

Errington, W. (2015). "The Empire Strikes Back: Mainstream media still matters". En Carol Johnson, John Wanna, Hsu-Ann Lee (eds.). *Abbott's Gambit; The 2013 Australian Federal Election*. Australia (pp. 67-79): ANU Press.

Etcétera. (2015). "Al cierre de 2015, el mercado de las telecom en México tendrá un valor de 35 mil mdd: IDC". En *Rev. Etcétera*, 19 jun. 2015.
<http://www.etcetera.com.mx/articulo/Al+cierre+de+2015,+el+mercado+de+las+telecom+en+M%C3%A9xico+tendr%C3%A1+un+valor+de+35+mil+mdd%3A+IDC/37745>

Faya, A. (2013). *De la COFETEL al IFETEL: la historia de un violento péndulo*. México: Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. (CIDAC).

Fenton, N. (2013). "¿Para qué estudiar los medios de comunicación?". En *Nexos*, diciembre 2013. México: <http://www.nexos.com.mx/?p=15596>

Fernández, S. (2007). *Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas*. España: Narcea.

Flew, T. (2014). "Academics in the Policy Process: Engagement with Australian Media Policy Inquiries 2011–2013". En *Journal of Information Policy*, Vol. 4 (pp. 105-127). Estados Unidos: Penn State University Press.

Fortunato, J. A. y Martin, S. E. (2016). "The Intersection of Agenda-Setting, the Media Environment, and Election Campaign Laws". En *Journal of Information Policy*, Vol. 6 (pp. 129-153). Estados Unidos: Penn State University Press.

González Llaca, E. (1981). *Teoría y práctica de la propaganda*. México: Grijalbo.

Guerrero, M. A. (2010). "Los medios de comunicación y el régimen político". En Soledad Loaeza y Jean-François Prud'homme. *Los grandes problemas de México*. Tomo XIV: *Instituciones y procesos políticos* (Capítulo 6, pp.231-302). México: El Colegio de México.

Gunther, R. y Mughan, A. (2000). "The political impact of the media: a reassessment", en Richard Gunther y Anthony Mughan, *Democracy and the media. A comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. Chapter 12, 402-447.

Hasebrink, U. (2011). "Giving the Audience a Voice: The Role of Research in Making Media Regulation More Responsive to the Needs of the Audience". *Journal of Information Policy*, Vol. 1 (pp. 321-336). Penn State University Press.

Hood, C. y Margetts, H. (1983). *The tools of Government in the digital age*. EUA: Palgrave-McMillan.

Howlett, M., Ramesh, M. y Perl, A. (2009). *Studying public policy; policy cycles and policy subsystems*. Canadá: Oxford University Press.

Hughes, S. (2010). "The Latin America News Media and the Policymaking Process". En C. Scartascini, E. Stein y M. Tommasi (eds.). *How democracy works. Political Institutions, Actors, and Arenas in Latin American Policymaking*, (Cap. 10, pp. 269-289). Cambridge, MA: IDB and David Rockefeller Center for Latin American Studies.

Impulsa TDT. (2010). *El proceso de la transición a la Televisión Digital Terrestre en España. Módulo IV: servicios de televisión digital terrestre*. España: Impulsa TDT, 15 de marzo (ponencia).

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Acuerdo por el que se modifica el diverso por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México, publicado el 2 de julio de 2004". *Diario Oficial de la Federación*. (2014 a). 07 may. 2014. México.

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones". *Diario Oficial de la Federación*. (2014 b). 4 sept. 2014. México.

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre". *Diario Oficial de la Federación*. (2014 c). 11 sept. 2014. México.

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2015). *Tercer informe trimestral estadístico 2015*. México: IFT.
<http://www.ift.org.mx/estadisticas/informe-estadistico-3er-trimestre-2015>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Experiencia de los hogares después de la transición a la televisión digital terrestre". (2016 a) <http://www.tdt.mx/avances.php> Sept. 2016. México. En: <http://www.tdt.mx/docs/avances/avances/EXP-TDT-vfinal-20160209.pdf>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Trámites". (2016 b) www.ift.org.mx. En: <http://www.ift.org.mx/tramites>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Objetivos Institucionales". (2016 c) www.ift.org.mx. En: <http://www.ift.org.mx/conocenos/objetivosinstitucionales>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. "Usuarios y Audiencias". (2016 d) www.ift.org.mx. En: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). *Principales resultados. Censo de Población y Vivienda 2010*. México: INEGI (ponencia).

IPSOS Public Affairs. (2013). *Reporte de resultados Estudio Post test, Campaña de comunicación "Transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) Tijuana", versión: "Apagón Tijuana"*. México: IFT (ponencia).

Jiménez-Ottalengo, R. y Carreras-Zamacona, M. (2002). *Metodología para la investigación en ciencias de lo humano*. México: Universidad Panamericana-Publicaciones Cruz O.S.A.

Jones, B. D. y Wolfe, M. (2007). *Public Policy and the Mass Media: An Information Processing Approach*. Helsinki, Finlandia: investigación preparada para la European Consortium for Political Research Workshop on Public Policy and the Mass Media: Influences and Interactions.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. y Toth, E. (2007). *Relaciones públicas, profesión y práctica*. México: McGraw Hill.

Layton, M., Lovett, J. y Baumgartner, F. R. (2014). "Measuring the Media Agenda". En *Political Communication*, 31:2, 355-380. Estados Unidos: University of North Carolina – Routledge.

Lehoucq, F., Negretto, G., Aparicio, F. J., Nacif, B. y Benton, A. (2011). "Formulación de políticas en México: de la hegemonía partidista al gobierno dividido". En C. Scartascini, P. Spiller, E. Stein y M. Tommasi (eds.). *El juego político en América Latina: ¿Cómo se deciden las políticas públicas?* (Cap. 8, pp. 297-340). Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo.

Lentz, B. (2014). "Building the Pipeline of Media and Technology Policy Advocates: The Role of 'Situated Learning'". *Journal of Information Policy*, Vol. 4, pp. 176-204. Estados Unidos: Penn State University Press.

Lijphart, A. (2000). "Grupos de interés: pluralismo frente a corporatismo", en Arend Lijphart, *Modelos de democracia. Formas de gobierno y resultados en treinta y seis países*. Barcelona: Ariel. Capítulo 9, 165-176.

Lindquist, E. y Wanna, J. (2015). "Is Implementation Only About Policy Execution?: Advice for public sector leaders from the literature". En John Wanna, Evert A. Lindquist, Penelope Marshall (eds.). *New Accountabilities, New Challenges*. Australia: ANU Press.

Lugo, R. A. (2011). *Estrategias de comunicación política: análisis del spot televisivo de ataque en la competencia electoral*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-FLACSO.

Machado, F. y Vesga, G. (2015). "The Political Economy of Pension Reform: Public Opinion in Latin America and the Caribbean". En *IDB Working Paper Series*, N° IDB-WP-611, sept-2015. Washington: IDB.

Magaña, R. (1988). *El papel de la planeación y la comunicación pública en la acción gubernamental (el caso de un Programa de comunicación en la Dirección de Prevención y Control de la Contaminación del D.D.F.)*. Tesis de licenciatura. México: FCPyS-UNAM.

Magaña, R. (2013). *La comunicación política, un campo de estudio complejo: reflexiones para su aprehensión*. Tesis de doctorado. México: FCPyS-UNAM.

Martínez, C. "Reforma telecom cumple... a medias". *El Universal* (2016 a): 13 jun. 2016. <http://eluniversal.com.mx/articulo/cartera/telecom/2016/06/13/reforma-telecom-cumple-medias>

Martínez, C. "Televidentes verán más canales desde julio: IFT", *El Universal* (2016 b): 24 jun. 2016. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/telecom/2016/06/24/televidentes-veran-mas-canales-desde-julio-ift>

Mayenberg, Y. y Aguilar, R. (2015). *La comunicación presidencial en México 1988-2012*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Sociales, Gobierno del Estado de Coahuila.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona Paidós.

McCombs, M., Shaw, D. L., y Weaver, D. H. (2014). "New Directions in Agenda-Setting Theory and Research, Mass Communication and Society". En *Mass Communication and Society*, 17:6, 781-802: Routledge.

McNally, M. B., Mowatt, B. y Pintos, L. (2014). "Canadian Participation in the Spectrum Management Consultation Process: Involvement, Indifference, or Exclusion?". En *Journal of Information Policy*, Vol. 4 (pp. 296-326). Penn State University Press.

Meltsner, A. J. (2014) "La factibilidad política y el análisis de políticas", en Luis F. Aguilar (edit.), *La hechura de las políticas*. México: Miguel Ángel Porrúa. Capítulo 10, 367-392.

Mirza, F. y Beltrán, F. (2014). "Consumer Resistance Factors for the Adoption of FTTH Ultra-Fast Broadband in NewZealand". En *Journal of Information Policy*, Vol. 4 (pp. 128-143). Penn State University Press.

Moodie, G. C. y Studdert-Kennedy, G. (1975). "El universo del grupo de presión", en Graeme Moodie y Gerald Studdert-Kennedy, *Opiniones, públicos y grupos de presión*. México: FCE. Capítulo IV, 108-147.

Observatorio de Política Social y Derechos Humanos-INCIDE Social. "El Coneval como organismo constitucional autónomo". [Observatoriopoliticasocial.org](http://observatoriopoliticasocial.org) (2014). <http://observatoriopoliticasocial.org/wordpress/wp-content/uploads/2014/02/Nota-CONEVAL.pdf>

Odartey-Wellington, F. (2013). "Book review of: Gregory Taylor's 'Shut Off: The Canadian Digital Television Transition'". En *Journal of Information Policy*, Vol. 3 (pp. 380-385). Estados Unidos: Penn State University Press.

Olper, A. y Swinnen J. (2013). *Mass Media and Public Policy Global Evidence from Agricultural Policies*. The World Bank Development Economics Vice Presidency Partnerships, Capacity Building Unit.

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. (2012). *Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México*. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264166790-es>Página

Organización de las Naciones Unidas. "Objetivos del Milenio". (Consultados el 27 de junio del 2016). <http://www.un.org/es/millenniumgoals/global.shtml>
http://www.cinu.mx/minisitio/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/

Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica. (2016). "2.2 Iberoamérica: 2.2.1. España". En OTI, *Mejores prácticas en la transición a la televisión digital terrestre (TDT)*, (pp. 24-26). México: OTI.

Ortega, F. (2011). "La televisión digital terrestre en España: políticas públicas y mercado audiovisual en la incertidumbre digital". En A. Badillo y F. Sierra (eds.), *La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva* (pp. 137-172). Ecuador: CIESPAL.

Pacto por México. (2012). "Acuerdos" [Pactopormexico.org](http://pactopormexico.org) (29 nov. 2012): <http://pactopormexico.org/acuerdos/>

Patashnik, E. M. (2011). "Making reforms sustainable: lessons from the American policy reform experience". En E. A. Lindquist, S. Vincent, J. Wanna, *Delivering Policy Reform. Anchoring Significant Reforms in Turbulent Times* (Cap.3 pp.27-40). Australia: Australian National University (ANU) Press.

Presidencia de la República, Secretaría de Gobernación, Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones

de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”. *Diario Oficial de la Federación*. (2013). 11 jun. 2013. México.

Presidencia de la República, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. “Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión”. *Diario Oficial de la Federación*. (2014). 14 jul. 2014. México.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano 2010*. Nueva York: PNUD.

Ramírez R. y Vázquez R. (2012). “Análisis de la ‘Iniciativa que expide la Ley Federal de telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales en México’ a favor de la convergencia”. *Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM*, enero-junio 2012, 1-43. México.

Ricci P. E. y Zani B. (1990). *La comunicación como proceso social*. México: Grijalbo-CONACULTA.

Romero, J. C. (2016). “Postverdad: información, visceralidad y prejuicio”. En *Letras Libres* 23 de noviembre de 2016. México: <http://www.letraslibres.com/espana-mexico/politica/postverdad-informacion-viscerali%E2%80%A6>

Russell, A., Dwidar, M., y Jones, B. D. (2016). “The Mass Media and the Policy Process”. En *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. EUA: Oxford University Press.

Scartascini, C., Spiller, P., Stein, E., y Tommasi, M. (Eds.). (2011). *El juego político en América Latina: ¿Cómo se deciden las políticas públicas?* Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo.

Scartascini, C., Stein, E., y Tommasi, M. (Eds.). (2010). *How democracy works. Political Institutions, Actors, and Arenas in Latin American Policymaking*. Cambridge, MA: IDB and David Rockefeller Center for Latin American Studies.

Schneider, B. R. (2010). “Business politics and policymaking in contemporary Latin America”. En C. Scartascini, E. Stein y M. Tommasi (eds.). *How democracy works. Political Institutions, Actors, and Arenas in Latin American Policymaking*, (Cap. 8, pp. 217-247). Cambridge, MA: IDB and David Rockefeller Center for Latin American Studies.

Schneider, B. R. (2013). “Institutions for Effective Business-Government Collaboration: Micro Mechanisms and Macro Politics in Latin America”. *Inter-American Development Bank Working Paper Series*, No. IDB-WP-418. Washington: IDB.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. “Decreto por el que se crea la Comisión federal de Telecomunicaciones”, *Diario Oficial de la Federación*. (1996). 09 ago. 1996. México.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. “Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México”. *Diario Oficial de la Federación*. (2004). 02 jul. 2004. México.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). (2014 a). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Programa de trabajo para la transición a la televisión digital terrestre 2014*. México: SCT.

http://www.sct.gob.mx/fileadmin/Imagenes_Portada/programa-trabajo-transicion-tdt.pdf

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. “Programa de Trabajo para la Transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT)”. *Diario Oficial de la Federación*. (2014 b). 13 may. 2014. México.

Shepherd, T., Taylor, G. y Middleton, C. (2014). “A Tale of Two Regulators: Telecom Policy Participation in Canada”. En *Journal of Information Policy*, Vol. 4 (pp. 1-22). Estados Unidos: Published by: Penn State University Press.

Silva, E. (2015). “Social Movements, Protest, and Policy”. En *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, No. 100, pp. 27-39. Ámsterdam: Centrum voor Studie en Documentatie van Latijns Amerika (CEDLA).

Sommerland E. L. (1981). “Los sistemas nacionales de comunicación; cuestiones de política y opciones”. En Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República (Comp.) *Política y sistemas nacionales de comunicación social* (pp. 11-92). México: CGCSPR.

Soroka, S., Lawlor, A., Farnsworth, S., y Young, L. (2012). “Mass Media and Policymaking”. En Wu Xun, M. Ramesh, M. Howlett, S. Fritzen y E. Araral (eds.) *Routledge Handbook of the Policy Process*, (Cap.16). Inglaterra-EUA: Routledge.

Strömbäck, J. y Esser, F. (2014). “Introduction: making sense of the mediatization of politics”. *Journalism Practice*, 8(3): 245-257.

Vaca Baqueiro, M. (2016). “Comunicación social. ¿a qué y quién comunica?”; y “Comunicación gubernamental: teoría y práctica”, en *Opinión pública y comunicación social*. Maestría en Políticas Públicas. Universidad Iberoamericana campus Ciudad de México. México (ponencia).

Vargas, N. A. (1999). *Periodismo de opinión*. España: Editorial Síntesis.

Villanueva, E. (2002). *Deontología informativa: códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. México: Universidad Iberoamericana y Miguel Ángel Porrúa.

Villanueva, E. y Díaz, V. (2015). *Derecho de las nuevas tecnologías*. México: Oxford University Press.

Weimer, D. y Vining A. (2011). *Policy analysis*. Estados Unidos: Longman-Pearson.

Wilcox, D., Ault, P., Agee, W. y Cameron, G. (2001). *Relaciones Públicas*. España: Pearson Educación-Addison Wesley.

Wolfe, M., Jones, B. D. y Baumgartner, F. R. (2013). "A Failure to Communicate: Agenda Setting in Media and Policy Studies". *Political Communication*, 30:2, 175-192. Estados Unidos: University of North Carolina – Routledge.

ANEXOS

ANEXO I. Tabla de seguimiento de noticias sobre la política TDT: Periodo I – mayo a junio 2013, y Periodo II – noviembre a diciembre 2015.

FECHA	MEDIO	SECCIÓN	PERIODISTA	GÉNERO	TEMA	CONTENIDO	PONDERACIÓN
PERIODO I - MAYO A JUNIO 2013							
Semana 1 mayo de 2013							
01/05/2013	Reforma	Negocios p. 3	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	Respecto al apagón en Tijuana que se llevará a cabo el 28 de mayo, Mony De Swaan aseguró que la población no tiene por qué preocuparse, ya que el servicio televisivo continuará de manera normal.	Neutral
02/05/2013	Reforma	Nacion p. 15	Purificación Carpineyro	Opinión / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	El programa piloto ejecutado por Cofetel superó expectativas y en apenas un año la penetración de TDT en los hogares que dependen de la televisión abierta en Tijuana subió de 3.4 a 93.08%. Así que [...] el viernes pasado el pleno de la Cofetel determinó proceder a concretar el apagón analógico en esa ciudad el 28 de este mes, haciendo de Tijuana la primera ciudad del país y de América Latina en la que se transita a la TDT	Positiva
03/05/2013	Reforma	Negocios p. 1, 2	Carla Martínez	Nota / IMPR	Amparo colectivo de ciudadanos en contra del apagón analógico	Debido a que más de 130 mil televidentes en Tijuana se quedarán sin señal de TV abierta ante el apagón analógico y por el deficiente proceso de entrega de decodificadores y antenas por Teletec, el bufete Krasovsky Asociados inició un amparo colectivo.	Negativa
07/05/2013	El Universal	Cartera p. 2	Redacción	Opinión / IMPR	Amparo colectivo de ciudadanos en contra del apagón analógico	La Cofetel asegura no saber nada sobre las demandas colectivas que promueve el despacho Krasovsky Asociados en Tijuana en contra del apagón analógico.	Negativa
Semana 2 mayo de 2013							
08/05/2013	El Universal	Nación p. 5	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Avance de canales con señal de TDT en el país	Hasta junio (2012), la Cofetel reportó un avance de 231 canales con señales de TDT en el país, lo cual corresponde a 31.5% de las 734 estaciones del país que operan con tecnología analógica, de acuerdo con el último reporte del Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión (CCTDR).	Neutral

10/05/2013	El Universal	Nación p. 7	Gabriel Sosa Plata	Opinión / IMPR	Amparo colectivo de ciudadanos en contra del apagón analógico	Pese a amparos, falta de recursos y de personal, la Cofetel está por alcanzar el fin de las transmisiones analógicas de la Tv en Tijuana, el próximo 28 de mayo.	Neutral
13/05/2013	Reforma	Negocios p. 3	Redacción	Opinión / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico promovido por televisoras	Televisa ha dicho estar abierta a la competencia en televisión con la entrada de dos nuevas cadenas y se comprometió a no impedir la licitación de nuevas cadenas de TV abierta [...] Así que anda peleando contra el apagón analógico, ya que simplemente durante marzo se resolvieron 3 procesos jurídicos donde Televisa interpuso recursos contra este proceso.	Neutral
Semana 3 mayo de 2013							
15/05/2013	Reforma	Nación p. 2	Redacción	Nota / IMPR	Amparo colectivo de ciudadanos en contra del apagón analógico	Quejosos dejarán que se lleve a cabo el apagón analógico si así lo decide la Cofetel. Sin embargo, después del apagón promoverán la suspensión. Pues mientras el proceso ocurre se recaudarán pruebas sobre afectaciones.	Negativa
16/05/2013	Reforma	Nacional p. 2	Redacción	Nota / IMPR	NOM 192	La Cofetel junto con la SE trabajarán en conjunto para elaborar la NOM-192 a fin de que en el mercado haya televisiones y decodificadores que capten las señales digitales.	Neutral
17/05/2013	El Universal	Nación p. 7	Gabriel Sosa Plata	Opinión / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico promovido por televisoras	Ocho amparos y un juicio de nulidad, presentados por la televisora, mientras que Televisión Azteca mantiene dos juicios de nulidad. Es decir, 11 recursos jurídicos en contra de alguna o varias de las disposiciones establecidas en los documentos referidos. Si uno de ellos prospera, la transición hacia la TDT podría prolongarse.	Neutral
18/05/2013	El Universal	Cartera p. 15	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico.	Fernando Borjón, titular de la Unidad de Sistemas de Radio y Televisión de la Cofetel, consideró posible el aplazamiento del apagón analógico en cinco ciudades fronterizas del norte de México, debido a la falta de recursos económicos para continuar con el proceso de instalación de decodificadores digitales.	Neutral
Semana 4 mayo de 2013							

24/05/2013	El Universal	Cartera p. 2	Redacción	Opinión / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	TDT en Tijuana es inminente. El martes de la siguiente semana Tijuana dejará de transmitir señales analógicas para dar paso a la Televisión Digital Terrestre (TDT), si los cálculos no le fallan a Mony de Swaan, titular de Cofetel	Neutral
27/05/2013	La Jornada	Nacional p. 31	Miriam Posada	Nota / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	El primer apagón analógico que se realizará en México llega nueve años después de que se diseñó una política que tuvo que ser corregida, debido a que durante 2010 Felipe Calderón emitió un decreto en el que se definía que la transición a la TDT se adelantaba de 2021 a 2015, y mandaba crear una comisión intersecretarial que coordinaría los trabajos, por los que legisladores consideraron que esa comisión invadía las facultades de la Cofetel y llevaron el caso hasta la SCJN.	Neutral
27/05/2013	El Universal	Sección A p. 9	Irene Levy	Opinión / IMPR	Apagón Analógico	Después de la aprobación de la mayoría de las legislaturas locales, la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, emitió el miércoles pasado la declaratoria de constitucionalidad de la reforma en materia de telecomunicaciones y competencia económica (Reforma), y solicitó su publicación en el Diario Oficial de la Federación, que se hará esta misma semana	Neutral
28/05/2013	La Jornada	Nacional p. 27	Miriam Posada	Nota / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	Las televisoras que operan en Tijuana tendrán todo este 28 de mayo para realizar la transición de la señal analógica a la digital y que no se interrumpan las transmisiones, debido a que la Cofetel no fijó una hora específica y coordinada para el apagón. De acuerdo con la Cofetel el apagón comenzaría a las 8 de la mañana. Sin embargo, hasta ayer las dos principales de televisoras que operan en Tijuana, que son Tv Azteca Tijuana y Televisora Calimex, que pertenecen a Televisa, no habían hecho referencia al apagón.	Negativa

28/05/2013	Reforma	Nacional p. 1	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	En Tijuana operan 7 concesionarios y un permisionario de TV abierta, que suman 8 canales, 5 de los cuales pueden hacer uso de la multiprogramación, que consiste en transmitir hasta 6 canales a través de una sola señal. El apagón se logra gracias a que, en esta ciudad, la penetración de la TV digital rebasó el 90%, de acuerdo con la Cofetel, condición indispensable para que éste se lleve a cabo.	Neutral
29/05/2013	La Jornada	Nacional p. 27	Miriam Posada	Nota / IMPR	Protestas por apagón analógico	La Cofetel realizó el apagón analógico en Tijuana, pese a que se promovieron demandas de amparo en contra de la medida, y de que 14 mil personas no recibieron decodificadores por distintas razones, entre ellas que no son de bajos recursos.	Positiva
29/05/2013	La Jornada	Nacional p. 1	Miriam Posada	Nota / IMPR	Protestas por apagón analógico	Denuncian que miles de familias se quedaron sin señal de tv Caos por la desorganización de Cofetel en la entrega de decodificadores Autoridades: se cubrió a 90% de población; sólo fue a 19%: encuestadora La decisión también afecta a residentes de Tecate y Playas de Rosarito Oídos sordos a televidentes	Negativa
29/05/2013	El Universal	Cartera	Oscar González Escársega	Nota / IMPR	Protestas por apagón analógico	El abogado Luis Miguel Krasovsky saldrá a recabar más pruebas de que no existe una penetración digital superior al 90% y promoverá amparos y manifestaciones para el primero de junio	Negativa
29/05/2013	El Universal	Tecnología	Redacción	Nota / IMPR	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	En una conferencia de prensa, el alcalde tijuaneño, Carlos Bustamante expresó su molestia por la "falta de atención" de la Cofetel por no entregar la totalidad de los equipos receptores de la TDT.	Negativa
29/05/2013	Reforma	Economía	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	El Alcalde de Tijuana, Carlos Bustamante, aseguró que recibió una amenaza del Presidente de la Cofetel, luego de que el Ayuntamiento pidió una prórroga para el 'apagón' analógico.	Negativa

29/05/2013	TV Azteca	General	Edgar Galicia	Nota / TV	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	En Tijuana no se avisó a la población que la ciudad había sido la primera de México y AL en realizar el "apagón analógico". Esto les arrancó a muchos, su única posibilidad de entretenimiento, afectando a los que menos tienen.	Negativa
29/05/2013	TV Azteca	General	Fidel Mier	Nota / TV	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	Habitantes de 100 colonias protestan ante el ayuntamiento de Tijuana por El apagón analógico que les quitó la señal de TV.	Negativa
29/05/2013	Televisa	General	Redacción	Nota / TV	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	Arrancó el apagón analógico en Tijuana, aunque no alcanzó para todos en Tijuana, por lo que se generaron protestas.	Negativa
29/05/2013	TV Azteca	General	Edgar Galicia	Nota / TV	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	Hace mes y medio sin previo aviso apareció en Tijuana, equipo no identificado para la entrega de decodificadores a los pobladores.	Negativa
29/05/2013	Cadenatres Noticias	General	Francisco Zea	Nota / TV	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	Ya llegó el apagón analógico en Tijuana y cientos de familias se quedaron sin ver la televisión. Esta fue la primera ciudad en el país en concluir las transmisiones analógicas para dar paso únicamente a la tecnología digital, pero ¿qué es lo que pasa? En muchas casas no llegó este compartidor digital. La gente está muy enojada, incluso está pidiendo que se revierta este apagón analógico.	Negativa
30/05/2013	El Universal	Nacional p. 4	Redacción	Nota / IMPR	Crítica al aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	El pleno del Consejo General de Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Baja California aprobó un punto de acuerdo con el que se pretende dar un revés al apagón analógico en esta ciudad, con el argumento de que la TDT afectaría el proceso electoral.	Negativa
30/05/2013	La Jornada	Nacional p. 25	Víctor Cardoso	Nota / IMPR	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	Unas 700 mil personas de Tijuana, Tecate y Rosarito habrían quedado sin servicio de tv. Considera el Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (Idet) "confusa y errática" la política pública definida por la Cofetel y acusó la "deficiente planeación y coordinación" entre autoridades como las causas principales de que el apagón analógico, así como que violentan derechos humanos y dejaron a miles de personas sin acceso a información y entretenimiento	Negativa

30/05/2013	La Jornada	Nacional p. 26	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	El subsecretario de la SCT, José Ignacio Peralta, deslindó a la Secretaría del proceso de transición a la TDT por el que se realizó el apagón analógico en Tijuana el 28 de mayo. Mony de Swaan, dijo que el apagón analógico "no tomó por sorpresa a nadie" en Tijuana porque se hicieron campañas de información.	Negativa
30/05/2013	La Jornada	Nacional	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica al Apagón analógico en Tijuana	La Cofetel busca la manera de repartir decodificadores y/o antenas para incluir a los hogares que se quedaron sin señal digital, dijo Mony de Swaan, presidente del regulador.	Negativa
30/05/2013	MVS Radio	General	Carmen Aristegui	Nota / TV	Aplazamiento del apagón analógico por proceso electoral	Para proceder a este apagón analógico la COFETEL, basado en un estudio del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) en Abril de 2012, estableció que el porcentaje en ese entonces era el 3.4% de hogares que tenían televisión digital, pero obviamente esto significaba que pues tendrían que entregar un número importante de decodificadores o cajitas para que pudieran entonces estar preparados para la transición digital.	Positiva
31/05/2013	La Jornada	Nacional p. 21	Antonio Heras	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico por proceso electoral	La SCT solicitó la suspensión temporal del apagón analógico, hasta que concluyan las elecciones del 7 de julio en Baja California. La solicitud se basa en que el apagón analógico dejó sin señal de televisión abierta a 14 mil hogares.	Negativa
31/05/2013	La Jornada	Nacional p. 22	Miriam Posada	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico por proceso electoral	La Cofetel debe atender a los 14 mil hogares sin decodificador en Tijuana, "pero de ninguna manera revertir el apagón analógico", y la Presidencia de la República no debe ir más allá de solicitar información al órgano regulador, porque está en juego es la devolución que las televisoras deben hacer de la banda de 700 Mhz, la licitación de dos cadenas de TV digital y la reforma de telecomunicaciones: Observatel	Positiva
31/05/2013	MVS Radio	General	Carmen Aristegui	Nota / TV	Aplazamiento del apagón analógico por proceso electoral	La AMEDI está planteando que los bloqueos y petición del IFE para diferir el apagón analógico en Tijuana es un conjunto de maniobras de empresas mediáticas; y AMEDI plantea que ni los partidos ni las televisoras deben detener el apagón analógico.	Positiva

Semana 1 Junio de 2013							
01/06/2013	Reforma	Nacional p.2	Alejandro González	Nota / IMPR	Protestas por apagón analógico	Los ciudadanos que quedaron sin señal realizaron protestas frente al Palacio Municipal de Tijuana	Negativa
01/06/2013	El Universal	Nacional p.4	Redacción	Nota / IMPR	Protestas por apagón analógico	Miles de habitantes de al menos cuatro municipios de Baja California nunca obtuvieron sus decodificadores	Negativa
02/06/2013	La Jornada	Nacional p. 27	Susana González	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico	Defensa de beneficios del apagón y mayor competencia, lo cual estaría generando oposición a este proceso. Por otro lado informa sobre el aplazamiento en la Ciudad de Tijuana.	Neutral
03/06/2013	El Universal	Nacional p.7	Irene Levy	Opinión / IMPR	Falta en cobertura de beneficiarios por apagón analógico	Con el apagón en Tijuana, el 7% de los hogares se quedaron sin señal de televisión, pero la política de transición a la TDT del año pasado aceptaba hasta un 10%.	Positiva
03/06/2013	El Universal	Nacional p.1, 7	Redacción	Opinión / IMPR	NOM 192	La emisión de la NOM 192 que preparan la Cofetel y la Secretaría de Economía para garantizar que los televisores y decodificadores que se vendan en México sean aptos para captar señales digitales, llega por lo menos seis años tarde.	Negativa
03/06/2013	La Jornada	Economía p.20	Susana González	Nota / IMPR	Falta en cobertura de beneficiarios por apagón analógico	La Cofetel actuó de forma arbitraria, al fijar 90% de penetración como punto de partida para realizar el apagón analógico, ya que en Tijuana hablar de 14 mil hogares sin decodificador equivale a por los menos 56 mil personas.	Negativa
03/06/2013	Cadenatres Noticias	General	Redacción	Nota / TV	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	En Tijuana ya regresó la señal analógica de televisión, esto tras la decisión de aplazar el apagón hasta el 18 de Julio, después de las elecciones; sin embargo, aún se tendrá que conseguir el decodificador.	Negativa
03/06/2013	Reforma	Nacional p. 11	Carla Martínez	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico.	Irene Levy, presidenta de Observatel, comentó que resulta preocupante que la SCT opine, como lo hizo a la Cofetel, al Ifetel, ya que su manejo durante el proyecto de apagón en Tijuana, tuvo tintes de intervención	Positiva
05/06/2013	Reforma	Negocios p.2	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón Analógico	Mientras en México las televisoras no se han involucrado en el apagón analógico, en Estados Unidos invirtieron 1.2 mmd en actividades en caminadas a apoyar el proceso.	Positiva

06/06/2013	La Jornada	Nacional p. 29	Miriam Posada	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico.	Mony De Swaan señaló que la presión de las televisoras no fue lo que llevó a la Cofetel a posponer la transición a la TDT en Tijuana, "porque aunque es indudable que hay defensa de intereses particulares, se hizo en respeto al proceso electoral".	Positiva
Semana 2 Junio de 2013							
12/06/2013	El Universal	Cartera p.2	Redacción	Opinión / IMPR	Falta en cobertura de beneficiarios por apagón analógico	La SCT recibió 6 mil 991 solicitudes de antena o decodificador para captar las señales de TDT en Tijuana. La cifra no representa ni 4% de los 192 mil 60 telehogares donde el decodificador se instaló y permitió a la Cofetel afirmar que la penetración digital había llegado a 93.08%	Positiva
13/06/2013	Reforma	Economía / Online	Carla Martínez	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	La Cofetel pospuso el apagón analógico en Tijuana por solicitud de la SCT.	Neutral
13/06/2013	El Universal	Cartera / Online	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	Mony de Swaan, dijo que la Cofetel inició investigaciones en torno a "apagones analógicos" no autorizados en Ensenada, BC que entorpecieron la transición a la TDT en Tijuana	Neutral
14/06/2013	El Universal	Cartera p.1	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	De Swaan insistió en que Tijuana estaba lista para completar el proceso de TDT desde el 28 de mayo, a pesar de que el 31 de ese mismo mes el regulador decidió aplazar el apagón a solicitud del IFE y la SCT.	Neutral
Semana 3 Junio de 2013							
16/06/2013	Reforma	Economía	Notimex	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por falta presupuestal	La Cofetel recalendarizará el segundo "apagón analógico" en Monterrey, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Mexicali y Reynosa, hasta que se realice el traslado de los mil 448 millones de pesos que aprobó el Foncos	Neutral
17/06/2013	El Universal	Cartera p. 1	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Apagón analógico en Tijuana	"Mientras tengamos una penetración de 25%, hay dudas sobre su rentabilidad (de las nuevas cadenas), sobre qué tan atractivos son, por eso la importancia de llevar en Tijuana una penetración del 3% al 93%, Tijuana ya es hoy un mercado rentable para cualquier canal digital": Mony de Swaan	Neutral

20/06/2013	Reforma	Nacional p. 4	Redacción	Nota / IMPR	NOM 192	El Pleno de la Cofetel aprobó que, en junto con la Secretaría de Economía, se expida la NOM 192 para determinar que todos los televisores y decodificadores que se vendan en el País sean aptos para procesar las señales de la Televisión Digital Terrestre (TDT).	Neutral
22/06/2013	El Universal	Nacional p. 17	Silvia Gómez Tagle	Opinión / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	Este plan suponía empezar por la ciudad de Tijuana porque es la más avanzada en la transición analógica a la televisión digital, y para el mes de noviembre esta transición debería extenderse a otras ciudades fronterizas del norte del país. En 2014 y 2015 se debe implementar el apagón en el resto del territorio nacional. El primer obstáculo es la suspensión del apagón analógico en Tijuana, debido a que no se había previsto entregar decodificadores a la totalidad de los usuarios.	Positiva
Semana 4 Junio de 2013							
24/06/2013	El Universal	Nacional p. 1	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Formación del IFT	Se prevé que en agosto próximo, después de que el Ejecutivo seleccione a los nuevos comisionados, previo proceso de evaluación por el Comité a cargo, inicie funciones el nuevo Ifetel, que tendrá entre sus tareas prioritarias licitar dos nuevas cadenas de televisión abierta digital; concluir con el apagón analógico en diciembre de 2015; declarar a los agentes preponderantes y establecer regulaciones asimétricas.	Positiva
25/06/2013	El Universal	Nacional p. 5	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	La SCT y la Cofetel detallaron que hasta el 18 de julio (2013) se recibirán solicitudes de consumidores para requerir decodificadores y/o antenas digitales para poder recibir señales deTDT en Tijuana.	Neutral
26/06/2013	La Jornada	Nacional p. 27	Miriam Posada	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico por proceso electoral	Los consejeros de la CIRT abordaron la transición a la televisión digital terrestre que se realizó en Tijuana el 28 de mayo, luego se virvió y ahora está programada para el 18 de julio, ante quejas ciudadanas, presuntas estrategias de las televisoras, y el proceso electoral en Baja California.	Neutral

27/06/2013	El Universal	Nacional p. 7	Ramiro Alonso	Nota / IMPR	Aplazamiento de Apagón analógico por proceso electoral	La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) informó que el Módulo de Atención Ciudadana en la ciudad de Tijuana, Baja California, recibió entre el 31 de mayo y el 25 de junio del año en curso, 10 mil 848 solicitudes para la instalación de decodificadores y/o antenas que permitan la recepción de las señales de Televisión Digital Terrestre (TDT), las cuáles serán revisadas para determinar su procedencia.	Neutral
28/06/2013	El Universal	Cartera p. 2	Redacción	Opinión / IMPR	Apagón analógico	A finales de mayo pasado el Fideicomiso del Fondo de Cobertura Social de Telecomunicaciones aprobó recursos por alrededor de mil 400 millones de pesos para que la Cofetel, que preside Mony de Swaan, lleve a buen puerto el segundo apagón analógico en Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros y Monterrey.	Neutral
PERIODO II - NOVIEMBRE A DICIEMBRE 2015							
Semana 1 - Noviembre 2015							
30/10/2015	TV Azteca	Noticias	César Méndez	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	La indignación se vivió en 4 regiones del país: Morelos, Coahuila, Durango y Sonora ya que se llevó a cabo el apagón analógico.	Negativa
02/11/2015	La Jornada	Economía p. 23	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Crítica a la entrega de televisores digitales	Atraso en entrega de televisores por parte de la SCT.No se consideró a Chiapas, Tabasco y Campeche para la entrega de noviembre.	Neutral
02/11/2015	La Jornada	Economía p. 23	Irene Sánchez	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	260,484 televisores se entregarán en Sinaloa. Los beneficiarios son personas que están en padrones de 11 programas de Sedesol.	Neutral
04/11/2015	El Universal	Cartera p. 7	Carla Martínez	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	SCT informa al IFT sobre el alcance de 90% de beneficiarios. Vocero: Javier Lizárraga, encargado del Programa TDT de la SCT. La fase 3 comprende Edomex, Valle de México, Hidalgo, Tlaxcala y Puebla.	Neutral
04/11/2015	TV Azteca	Azteca Sonora	Norma Alba	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	Se quejaron al menos 20 personas que son beneficiarias del programa del Televisión Digital Terrestre por la instalación de un centro de acopio para televisiones análogas en la Ciudad de Nogales Sonora luego de llevar sus	Negativa

						televisiones antiguas y que estas no fueran recibidas.	
05/11/2015	Reforma	Negocios p. 1	Rafael Aceveres	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	El IFT apagará en diciembre el 87% de señales de televisión analógica pendientes en el País. Se esperaba el apagón en noviembre, pero no ocurrió.	Negativa
06/11/2015	TV Azteca	Noticias de Chiapas	Erick Acuña Meneses	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	En Chiapas menos de la tercera parte de los 5 millones de habitantes de la entidad tiene acceso a internet; sólo se informan por la televisión. El apagón analógico afectará a miles.	Negativa
06/11/2015	TV Azteca	Noticias de Jalisco	Jorge Kirshner	Nota / TV	Crítica al apagón analógico y la entrega de televisores digitales	Arrancando el año 2016 se disfrutará de la televisión digital terrestre, la cual ofrece beneficios como una alta calidad de imagen y sonido. El cambio es debido a la ley de telecomunicaciones y se tiene programado para el 31 de diciembre del 2015.	Negativa
07/11/2015	El Universal	Cartera p.27	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	El IFT informó que el 11 de diciembre realizará el apagón analógico en Guanajuato, Querétaro, Baja California, Coahuila y Sonora.	Neutral
Semana 2 - Noviembre 2015							
10/11/2015	El Universal	Cartera p. 1, 8	Saúl Hernández y Daniela Guazo	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico y la entrega de televisores digitales	El gob federal eliminó a 2.9 millones de familias pobres de su estrategia para la transición a la TDT. No es público el listado final de las familias seleccionadas por la Sedesol para recibir el apoyo. Vocero tercero: Ernesto Piedras, director de The Competitive Intelligence Unit (CIU). La CIU advierte que aun considerando el padrón completo de Sedesol no se cubrirá a los hogares que viven en extrema pobreza	Negativa
10/11/2015	El Universal	Cartera p. 8	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica a la entrega de televisores digitales	La Amedi solicitó a las autoridades un plan para que 5% de la población que puede quedar sin señal de televisión reciba pantallas antes del apagón analógico. La SCT aseguró que cubriría a 75% de los telehogares del decil con menores ingresos en el país.	Negativa

10/11/2015	TV Azteca	Noticias de Colima	Roberto Domínguez	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	El apagón analógico está afectando a pescadores del puerto de Manzanillo; no tienen modo de informarse sobre el clima.	Negativa
12/11/2015	El Universal	Cartera p.2	Carla Martínez	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	Sedesol, SCT y el IFT: se van a entregar 2.7 millones de televisiones digitales, 300 mil más comparadas con la última estimación de las autoridades	Neutral
12/11/2015	El Universal	Nación p. 10	Misael Zavala	Nota / IMPR	Apagón analógico	Ante senadores IFT, SCT y Sedesol defendieron la entrada en vigor del apagón analógico.	Positiva
12/11/2015	TV Azteca	Noticias de Querétaro	Roberto Domínguez	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	El 11 de diciembre el apagón analógico llegará a esta región de Querétaro y la mayoría de los habitantes no están preparados para recibir la nueva señal.	Negativa
12/11/2015	TV Azteca	Noticias	Gerardo Segura	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	Autoridades niegan que se afecte a la población por el apagón analógico e indican que no se pospondrá.	Negativa
12/11/2015	Televisa	Primero Noticias	Enrique Campos	Nota / TV	Entrega de televisores digitales	El gobierno entregará 9.7 millones de televisores para que el apagón analógico no afecte a la población. Iniciativa para no aplazar el apagón analógico.	Positiva
12/11/2015	Televisa	Noticiero con Joaquín López Doriga	Saraí Méndez	Nota / TV	Televisores digitales y Buen Fin	Inicia el buen fin y habrá una gran demanda de pantallas por la transición de la televisión de analógica a digital.	Positiva
Semana 3 - Noviembre 2015							
14/11/2015	El Universal	Nación p. 8	Alberto Morales	Nota / IMPR	Estaciones públicas y apagón analógico	El IFT informó a la Comisión de RTC del Senado que 30 estaciones públicas de los estados, 28% de alta potencia, no han transitado a señales digitales.	Positiva
14/11/2015	El Universal	Cartera p. 38	Carla Martínez	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico	El IFT informó que las estaciones complementarias de televisión abierta XHPAC-TV, en Zacatecas, y XEZ-TV y XHZ-TV, en Querétaro, no transitarán hacia la televisión digital el próximo 11 de diciembre.	Neutral
16/11/2015	Televisa	Reportajes	Redacción	Nota / TV	Apagón analógico	La televisión digital terrestre es de mayor calidad y ofrece más servicios para el televidente. El gobierno se encargará de distribuir televisores apropiados para a las personas de escasos recursos. Maneras en las que se puede conservar un televisor analógico o desecharlo.	Positiva
17/11/2015	Reforma	Negocios p. 9	Lourdes Mendoza	Opinión / IMPR	Crítica a la entrega de televisores digitales	La SCT debía entregar decodificadores en lugar de teles digitales a 10 millones de hogares de escasos recursos definidos por la Sedesol, por el apagón analógico por los precios de cada insumo.	Negativa

17/11/2015	Televisa	Forotv creadores universitarios	Andrea Ruy	Nota / TV	Apagón analógico	El apagón analógico significa que la televisión analógica deja existir y se sustituye por una mejor señal de transmisión. La señal digital representan mejores servicios para el televidente, además esto el país se registrará por el patrón estándar internacional.	Positiva
20/11/2015	La Jornada	Economía p. 36	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Apagón analógico	El IFT decidió que el apagón analógico en el DF, Edomex, Puebla, Tlaxcala, Hidalgo y Sonora será el 17 de diciembre.	Neutral
20/11/2015	El Universal	Cartera p. 8	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica a la compra gubernamental de televisores digitales	Ernesto Piedras, director general de The Competitive Intelligence Unit (CIU), dijo que es preocupante que se hable de 300 mil mexicanos más o menos, o de tres y medio millones más o menos. "No hubo un diseño profesional integral, la fecha ha sido una obsesión en lugar del resultado de una planeación y ejecución efectiva".	Negativa
20/11/2015	Excélsior TV	Noticias	José de Jesús Guadarrama	Nota / TV	Apagón analógico	Será el 17 de diciembre cuando el Distrito Federal, Estado de México, Sonora, Hidalgo, Tlaxcala y Puebla comiencen con la señal digital.	Neutral
Semana 4 - Noviembre 2015							
22/11/2015	El Universal	Nación p. 2	Redacción	Nota / IMPR	Apagón analógico	A un mes para el apagón analógico, Televisa sugiere a los televidentes adquirir un decodificador.	Neutral
24/11/2015	Excélsior TV	Noticias con Paola Virrueta	Redacción	Nota / TV	Apagón analógico	La SCT anunció que el apagón analógico es inminente y se llevará a cabo a más tardar el 31 de diciembre del presente año; además dijo que habrá facilidades para que las familias adquieran televisores digitales.	Neutral
24/11/2015	Reforma	Negocios p. 1	Alejandro González	Nota / IMPR	Apagón analógico	El IFT descarta más apagones programados de los anunciados y se prepara para realizar un apagón general para el 31 de diciembre	Positiva
25/11/2015	El Universal	Cartera p. 2	Redacción	Opinión / IMPR	Crítica al apagón analógico	Aunque la SCT prometió promover descuentos en aparatos de televisión para el Buen Fin, estos descuentos no se vieron.	Negativa
25/11/2015	La Jornada	Economía p. 27	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Licitación de frecuencias	El IFT analiza licitar las 123 frecuencias disponibles en una sola cadena nacional de televisión.	Neutral
27/11/2015	El Universal	Tech Bit p. 1	Yanine Quiroz	Nota / IMPR	Apagón analógico	Pros y contras del apagón analógico. Vocero tercero, Jorge Bravo, director editorial de Mediatelecom.	Neutral

27/11/2015	La Jornada	Economía p. 29	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico	La CIRT refutó acusaciones del senador Javier Corral sobre la supuesta intención de promover modificaciones a la LFTR para evitar multas de 300 a 400 mdp por no realizar el apagón analógico.	Neutral
27/11/2015	Televisa	Noticias en Hoy	Claudia Flores Barreto	Nota / TV	Apagón analógico	Roberto Gil explicó que el objetivo de la iniciativa es facilitar la transición de las estaciones de baja potencia para asegurar que en todo el territorio existan las condiciones propicias para disfrutar del servicio digital.	Neutral
30/11/2015	La Jornada	Economía p. 30	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Aplazamiento del apagón analógico	El intento de aplazar el apagón analógico para Televisa y TV Azteca es "tramposo": Amedi De aprobarse la medida, Televisa y Televisión Azteca se verían beneficiadas.	Positiva
Semana 1 - Diciembre 2015							
01/12/2015	La Jornada	Economía p. 28	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Crítica al aplazamiento del apagón analógico	Senado aprueba en lo general y en lo particular ampliar el plazo para el apagón analógico hasta diciembre de 2016.	Negativa
01/12/2015	El Universal	Cartera p. 1, 6	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al aplazamiento del apagón analógico	El apagón analógico no se ejecutará al 100% al cierre de 2015, debido a que en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión se contempla esa opción para las estaciones de radiodifusión. Aplazar el apagón debe contemplar sanciones: expertos	Neutral
01/12/2015	Excelsior TV	Dinero	Rodrigo Pacheco	Nota / TV	Aplazamiento del apagón analógico	Luis Fernando Borjón, Comisionado del IFT, asegura que el apagón analógico se podría retrasar porque algunas televisoras no han logrado no han creado la señal digital.	Positiva
02/12/2015	Excelsior TV	Noticias con Vianey Esquinca	Redacción	Nota / TV	Entrega de televisores digitales	Sedesol dio a conocer que a través del Programa de Transición Digital Terrestre, el gobierno de la República entregó 8 millones de televisiones digitales, por lo que sólo resta por repartir un millón 625 mil aparatos a mexicanos que viven en comunidades de escasos recursos. 02 diciembre de 2015.	Neutral
02/12/2015	Excelsior TV	Titulares de la Noche	David Páramo	Opinión / TV	Crítica al aplazamiento del apagón analógico	Sectores de la clase media y media baja deberán gastar dinero para no quedarse sin televisión; adquirir un equipo digital, un decodificador o un paquete de paga son las opciones.	Positiva
03/12/2015	El Universal	Cartera p. 2	Redacción	Opinión / IMPR	Apagón analógico	La SCT satisfecha con la entrega del 80% de televisores digitales a la población de escasos recursos y espera entregar por lo menos el 97.5% del restante en todo el país.	Neutral

03/12/2015	TV Azteca	Noticias del Estado de México	Gil Álvarez	Nota / TV	Apagón analógico	A partir de 17 de diciembre la señal analógica de televisión literalmente se "apagará" en el Estado de México, habitantes ya tomaron las recomendaciones necesarias.	Positiva
03/12/2015	Excelsior TV	Titulares de la Noche	David Páramo	Opinión / TV	Crítica al aplazamiento del apagón analógico	El estira y afloja por prorrogar el fin de la Transición Digital Terrestre (TDT) no ha terminado. La aprobación, en lo general y en lo particular, por parte del Senado de la República de la iniciativa que amplía el cumplimiento del apagón analógico un año para los permisionarios o concesionarios de radiodifusión de uso público y social es el capítulo decisivo en la discusión que concluirá en la Cámara de Diputados esta semana.	Positiva
04/12/2015	TV Azteca	Noticias de Jalisco	Karen Navarrete	Nota / TV	Apagón analógico	Se acerca el apagón analógico y el próximo miércoles 16 de diciembre iniciará la transmisión de la televisión digital terrestre. No en todas las localidades se realizará el apagón analógico.	Neutral
Semana 2 - Diciembre 2015							
06/12/2015	El Universal	Nación p. 4	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico	Al cierre de 2015, 85% de los hogares tendrán pantalla para transitar hacia la TDT: SCT; el 15% restante debe adquirir sus pantallas para el apagón analógico.	Neutral
07/12/2015	Reforma	Negocios p. 4	Jorge Fernando Negrete	Opinión / IMPR	Crítica al apagón analógico	Análisis sobre la ley de telecomunicaciones y crítica a la forma en que el gobierno y el senado de la república han intervenido para su aplazamiento/cumplimiento en términos de la Ley.	Positiva
07/12/2015	TV Azteca	Noticias	César Méndez	Nota / TV	Apagón analógico	Después de varios esfuerzos económicos, humanos y técnicos, TV Azteca cambiará su señal analógica a digital.	Positiva
07/12/2015	TV Azteca	Azteca Sonora	Xochitl Mendoza	Nota / TV	Apagón analógico	¿Sabía que con la televisión digital además de disfrutar una mejor imagen en calidad y sonido, puede ver la televisión en Alta Definición? En este 2015 terminarán las transmisiones analógicas de la televisión abierta en México para que habitantes tengan una nueva manera de entretenimiento.	Positiva
08/12/2015	La Jornada	Economía p. 8	Miriam Posada García	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	La SCT había entregado 8 millones 439, 676 televisores, a un ritmo de "tres televisores por segundo": SCT A menos de 13 días de vencer el plazo, tiene pendientes un millón 200 mil aparatos, que deben llegar a sus destinatarios para cumplir con el 90% de cobertura nacional.	Positiva

08/12/2015	TV Azteca	Azteca Puebla	Redacción	Nota / TV	Recolección de televisores análogos	Organismo Operador del Sistema de Limpia (Reind Química) organiza un programa para recolectar televisiones análogas.	Neutral
09/12/2015	TV Azteca	Noticias del Estado de México	César Méndez	Nota / TV	Apagón analógico	Miles de familias de zonas rurales toman medidas para no perderse los noticieros de Tv Azteca Estado de México por el apagón analógico, este 17 de Diciembre.	Positiva
11/12/2015	El Universal	Cartera p. 8	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	Apagón analógico en el Bajío, aunque un grupo vulnerable no recibió pantallas digitales.	Negativa
Semana 3 - Diciembre 2015							
14/12/2015	El Universal	Cartera p. 1, 5	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	El Programa de Trabajo para la transición hacia la TDT en México sufrió gran cantidad de modificaciones para cumplir en tiempo. Tijuana "apagó" en mayo de 2013, pero subieron el "switch", por penetración no suficiente y proveer de decodificadores y/o antenas.	Negativa
14/12/2015	TV Azteca	Azteca Noticias	Roberto Domínguez	Nota / TV	Apagón analógico	Técnicos de TV Azteca presentan un procedimiento sencillo para recibir una mejor calidad de imagen en su pantalla por el apagón analógico.	Positiva
14/12/2015	TV Azteca	Noticias del Estado de México	Lizbeth Cendejas	Nota / TV	Crítica al apagón analógico	Preocupación e incertidumbre es lo que algunos mexiquenses tienen ante el apagón analógico. La era digital se aproxima y los mexiquenses no quieren perderse los noticieros de Tv Azteca Estado de México, por lo que han incrementado las ventas de decodificadores los cuales ayudarán a no perder la señal.	Positiva
14/12/2015	TV Azteca	Azteca Opinión	David Páramo	Opinión / TV	Crítica al aplazamiento del apagón analógico	fuertes críticas a Javier Corral y Dolores Padierna, a quienes acusa de miserables políticos y escorias que buscan, a través de Observatel y Amedi, de frenar el apagón analógico, agregando que TV Azteca es la única televisora en México lista para el apagón analógico.	Positiva
15/12/2015	El Universal	Cartera p. 6	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico	Recomendaciones para el apagón analógico. Mención de empresas como Steren, Radioshack, Walmart y otros puntos de venta de pantallas, antenas y decodificadores.	Positiva
15/12/2015	El Universal	Cartera p. 6	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	La SCT aseguró que el 20 de diciembre concluye la entrega del de total de 9.7 millones de televisores digitales en todo el país. Vocero Tercero: Ernesto Piedras, director general de The Competitive Intelligence Unit (CIU), critica negativamente la planeación para el programa TDT.	Negativa

16/12/2015	La Jornada	Economía p. 25	Miriam Posada García, René Ramón Alvarado	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	SCT, Sedesol y el IFT aseguraron que el 20 de diciembre concluirán con éxito la entrega del de total de 9.7 millones de televisores digitales en todo el país.	Neutral
16/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Ricardo Salas	Nota / TV	Apagón analógico	Faltan unas horas para que el apagón analógico llegue a la Ciudad de México. Te dejamos los detalles en el siguiente video.	Neutral
17/12/2015	Reforma	Negocios p. 1	Alejandro González	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	El apagón analógico llegó a la Ciudad de México; con un faltante del 20% del padrón de Sedesol previsto para recibir un televisor digital y sin centros de recolección de televisores viejas.	Negativa
17/12/2015	El Universal	Cartera p. 1, 3	Carla Martínez	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	7.5% de telehogares en la CDMX se quedaron sin señal de televisión tras el apagón analógico; 300 mil hogares y un millón 200 mil personas sin el servicio: Fernando Borjón, comisionado del IFT	Negativa
17/12/2015	Televisa	Noticiero con Joaquín López Dóriga	Joaquín López Dóriga	Nota / TV	Apagón Analógico	Se informa que el apagón analógico se llevara a cabo en la madrugada en la Ciudad de México, Puebla, Tlaxcala, Pachuca, Caborca Y Aguaprieta, Sonora.	Neutral
17/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Mariana H	Nota / TV	Apagón Analógico	El apagón analógico se llevó a cabo en el Distrito Federal y la Zona Centro del país. Por lo que los televidentes tendrán opción de mayor calidad en imagen y sonido de los contenidos.	Neutral
17/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Yuriria Sierra	Nota / TV	Apagón analógico	La transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) en el Distrito Federal y su zona metropolitana, así como en el Estado de México y cuatro entidades federativas más, resultó exitosa.	Positiva
17/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Paola Barquet	Nota / TV	Apagón analógico	Por el apagón analógico se entregaron un millón 390 mil televisores digitales en el Estado de México.	Positiva
17/12/2015	Televisa	Primero noticias	Saraí Méndez	Nota / TV	Apagón analógico	Se establecen los beneficios que tiene esta iniciativa para la población mexicana y como se ha ido desarrollando este proyecto.	Positiva
17/12/2015	Televisa	Foro TV	Karla Rojas	Nota / TV	Apagón analógico	El apagón analógico se concretó en la zona centro del país.	Positiva
18/12/2015	El Universal	Cartera p.1, 7	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico	La SCT informó que el apagón analógico ocurrido en el EdoMex, Tlaxcala, Puebla y DF, fue el más grande del mundo. Se entregó 9.1 millones de pantallas digitales, mientras que había estimado un reparto de 9.4 millones al 15 de diciembre.	Neutral

18/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Mariana H	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	El secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), Rafael Pacchiano Alamán, aseveró que hasta el momento se han recolectado "menos de 5 mil televisores" analógicos, mientras en el territorio nacional hay alrededor de 40 millones de equipos en las casas.	Neutral
18/12/2015	Televisa	Televisa Hermosillo	Araceli Díaz	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	México podría enfrentar un severo problema de contaminación del suelo, ante el apagón analógico que ya comenzó y en el que se estima se estarán desechando 40 millones de televisores.	Neutral
18/12/2015	Televisa	Noticiero Televisa con Joaquín López Dóriga	Saraí Méndez	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	Cuatro centros de acopio en donde se pueden desechos los televisores analógicos mientras estén abiertos, sin embargo; cuando sean cerrados nadie sabe en dónde tirarlos sin que represente un riesgo para la salud debido a los químicos que contienen.	Neutral
Semana 4 - Diciembre 2015							
20/12/2015	El Financiero TV	Noticias con Héctor Jiménez Landín	Axel Sánchez	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	Luego del apagón analógico millones de televisores dejaron de funcionar, sin embargo el próximo reto será reciclarlos, lo que les generará a los recicladores un negocio de aproximadamente 300 millones de dólares.	Neutral
21/12/2015	Excélsior TV	Noticias	Ingrid Barrera	Nota / TV	Crítica a la recolección de televisores analógicos	Aunque el apagón analógico ya se realizó, en la Ciudad de México los centros de recolección de televisores obsoletos registran bajos niveles en la entrega de los televisores.	Neutral
23/12/2015	La Jornada	Sociedad y Justicia p. 29	Andrea Becerril	Nota / IMPR	Crítica a la compra gubernamental de televisores digitales	El gobierno federal gastó hasta septiembre de este año más de 25 mmdp para la compra y distribución de aparatos de televisión entre la población de escasos recursos del país. La empresa más beneficiada es Comercializadora Milenio, SA de CV, que obtuvo 27 contratos por más de 15 mmdp por la venta de televisores. La segunda compañía beneficiada fue el grupo HTCJ& Asociados SA de CV, con más de 3,800 mdp.	Neutral
23/12/2015	La Jornada	Sociedad y Justicia p. 29	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica a la compra gubernamental de televisores digitales	El gobierno federal gastó hasta septiembre de este año más de 25 mil millones de pesos para la compra y distribución de aparatos de televisión entre la población de escasos recursos del país, debido al apagón analógico.	Negativa

23/12/2015	La Jornada	Sociedad y Justicia p. 21	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica a la entrega de televisores digitales	La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) se enfilan a la etapa final del apagón analógico con 154 mil 235 televisores sin entregar, principalmente en municipios de Chiapas y Oaxaca, dos de los estados más pobres del país.	Negativa
24/12/2015	La Jornada	Nación p. 21	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica a la entrega de televisores digitales	Aproximadamente a 163 municipios de Oaxaca y Chiapas no llegaron equipos Concluyó SCT la entrega de 9.7 millones de televisores; cubrió 90% de hogares pobres Notificará al Ifetel de las regiones que deberá incluir para el apagón que terminará el día 31	Neutral
24/12/2015	El Universal	Cartera p. 16	Redacción	Nota / IMPR	Entrega de televisores digitales	Cumplen reparto de 9.7 millones de aparatos para 90% de hogares de escasos recursos: SCT	Neutral
Semana 5 - Diciembre 2015							
29/12/2015	El Universal	Cartera p. 19	Redacción	Opinión / IMPR	Apagón analógico	El IFT lanzó una consulta pública sobre los lineamientos para asignar canales virtuales para que los canales se vean en la misma frecuencia en todo el país.	Positiva
30/12/2015	El Universal	Cartera p. 18	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico	el IFT informó que 497 estaciones; 477 de baja potencia o complementarias y 20 estaciones que bajaron su potencia (incluidos concesionarios de Televisa y TV Azteca), podrán mantener transmisiones analógicas de televisión después del 31 de diciembre de 2015.	Positiva
30/12/2015	La Jornada	Economía p. 19	Miriam Posada	Nota / IMPR	Crítica al apagón analógico	el IFT informó que 477 estaciones; 477 de baja potencia o complementarias y 20 estaciones que bajaron su potencia (incluidos concesionarios de Televisa y TV Azteca), podrán mantener transmisiones analógicas de televisión después del 31 de diciembre de 2015.	Positiva
31/12/2015	La Jornada	Economía p. 22	Miriam Posada	Nota / IMPR	Apagón analógico	El IFT dio por concluido el proceso de transición a la TDT "en tiempo y forma", pues la SCT llegó al 90% de cobertura de entrega de televisores digitales.	Negativa
31/12/2015	El Universal	Cartera p. 16	Carla Martínez	Nota / IMPR	Apagón analógico	Concluyó el apagón analógico y a septiembre de 2015, Nielsen Ibope calculó que 7.5 millones de personas en las 24 principales ciudades del país se iban a quedar sin señales de televisión abierta.	Neutral

ANEXO II. Mapa de Actores: política TDT.

Mapa de actores del Periodo I: mayo a junio 2013.

ACTORES	a) Implementación de la Política TDT	b) Apoyo a empresas reguladas (televisoras)	Participaciones en medios
Empresas reguladas (televisoras de interés y para comparación)			
Televisa*	Ø / X	✓	1
TV Azteca*	X	✓	4
Grupo Imagen*	X	✓	1
MVS	✓	■	2
Instituciones y personajes de gobierno			
COFETEL (citada como institución)	✓	■	5
Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión (integrador industria)	✓	■	1
Mony De Swaan Com. Pres. COFETEL	✓	X	14
Fernando Borjón Jefe Unidad de Sist. Radio y TV COFETEL	✓	■	6
Carlos Bustamante Alcalde de Tijuana	X	■	4
José Ignacio Peralta Subsecretario SCT (deslindándose de errores)	X	■	3
Donaciano Muñoz Vocal Ejecutivo de Junta Local IFE Baja California	Ø	■	1
Consejo General del Instituto Electoral y Participación Ciudadana Baja California	X	■	1
Gerardo Ruíz Esparza titular SCT (deslindándose de errores)	X	■	3
José Guadalupe Ozuna Millán Gobernador Baja California (PAN)	X	■	1
Comité de Radio y Televisión IFE	X	■	1
Jorge Álvarez Hoth en calidad de ex Subsecretario de Comunicaciones SCT (sexenio V. Fox)	✓	■	1
Eloise Gore Associate Bureau Chief de la Federal Communications Commission USA	✓	X	1
Andrés Chao Ebergenyi titular de la DGRTyC de la SEGOB	Ø	■	1
Fideicomiso del Fondo de Cobertura Social de Telecomunicaciones (citado, sin vocero)	✓	■	1
Analistas y editorialistas en medios impresos (actividad primordialmente periodística)			
Purificación Carpineyro (Dip. PRD) en calidad de especialista	✓	■	1
Irene Levy (Pres. de Observatel) en calidad de articulista	✓	X	2
Gabriel Sosa Plata en calidad de articulista	Ø / ✓	■	2
Analistas de instituciones no gubernamentales (incluye academia)			
Gerardo Soria Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones	X	■	1
Aleida Calleja Pres. Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)	✓	X	2
Irene Levy en calidad de especialista (Pres. Observatel)	✓	X	2
Ramiro Tovar Landa académico (ITAM)	X	■	1
Jorge Fernández Negrete Media Telecom Policy & Law	Ø / X	X	2
Tristán Canales Pres. de la Cámara Nacional de la Industria de la Industria de Radio y TV (CIRT)	Ø	■	1
Grupos o líderes civiles (dentro de comunidades, sin afiliaciones aparentes)			
Luis Miguel Krakovski (abogado) supuesto representante legal de usuarios en Tijuana	X	■	4
Usuarios que habrían sido afectados (Tij.)	X	■	2

* Participación a través de sus espacios, no de sus voceros institucionales.

GUÍA: A favor [✓]; En contra [X]; Neutral [Ø]; Sin manifestarse [■]

Mapa de actores del Periodo II: noviembre a diciembre 2015.

ACTORES	a) Implementación de la Política TDT	b) Apoyo a empresas reguladas (televisoras)	Participaciones en medios
Empresas reguladas (televisoras de interés y para comparación)			
Televisa*	✓	✓	1
Emilio Azcárraga (Televisa)	∅	✓	1
TV Azteca*	X / ✓	✓	12
Grupo Imagen*	✓	■	1
Instituciones y personajes de gobierno			
IFT (institución)	✓	■	8
Javier Lizárraga Coordinador del Programa TDT en la SCT	✓	■	3
Luis Videgaray titular de la SHCP	X		1
Vanesa Rubio Subsecretaria de Planeación, Evaluación y Desarrollo Regional de SEDESOL	X	■	2
Monica Aspe Subsecretaria de Comunicaciones SCT	∅	■	3
Gabriel Contreras Comisionado Presidente IFT	✓	■	5
Fernando Borjón Comisionado IFT	✓	■	6
SCT (citada como institución)	✓	■	1
Ma. Elena Estabillo Comisionada IFT	✓	■	1
Legisladores y partidos políticos			
Sen. Javier Lozano Alarcón (PAN)	X	■	3
Se. Javier Corral (PAN)	∅	X	2
Sen. Roberto Gil Zuarth (PAN)	∅	■	3
Sen. Zoé Robledo (PRD)	∅	■	1
Analistas y editorialistas en medios impresos (actividad primordialmente periodística)			
Gabriel Sosa Plata en calidad de articulista	X	■	1
David Páramo en calidad de columnista	✓	✓	4
Analistas de instituciones no gubernamentales (incluye academia)			
Agustín Ramírez Pres. AMEDI**	∅	■	3
Jorge Fernández Negrete Media Telecom Policy & Law**	∅	■	1
Jorge Fernández Negrete Presidente AMEDI**	✓	∅	2
Observatel (como institución)	✓	X	1
Ernesto Piedras Dir. Gral. Del Competitive Intelligence Unit (CIU)	✓ / X	■	4
Jorge Bravo Dir. Editorial de la Consultora Mediatelecom	∅	■	1
Miguel Orozco Dir. Gral. de la CIRT	∅	■	1
Abel Hibert en calidad de excomisionado IFT	∅	∅	1
Grupos o líderes civiles (dentro de comunidades, sin afiliaciones aparentes)			
Usuarios que habrían sido afectados (Sonora, Chiapas, Colima, Querétaro)	X	■	4

* Participación a través de sus espacios, no de sus voceros institucionales.

** Sus cargos cambiaron a lo largo del periodo de análisis.

GUÍA: A favor [✓]; En contra [X]; Neutral [∅]; Sin manifestarse [■]

ANEXO III. Transcripciones de materiales periodísticos aparecidos en televisión: Periodo I – mayo a junio 2013, y Periodo II – noviembre a diciembre 2015.

PERIODO I – MAYO A JUNIO 2013

FECHA:	29 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	2'17"
PERIODISTA:	FRANCISCO ZEA			MEDIO:	CADENA TRES
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=mih6n71yxkm				

Tijuana sufre apagón analógico, sin señal de TV

00:04 –Francisco Zea: En otra información pues ya llegó el apagón analógico en Tijuana y cientos de familias se quedaron sin ver la televisión. Esta fue la primera ciudad en el país en concluir las transmisiones analógicas para dar paso únicamente a la tecnología digital, pero ¿qué es lo que pasa? En muchas casas no llegó este compartidor digital. La gente está muy enojada, incluso está pidiendo que se revierta este apagón analógico.

00:26- Narrador: Don José Luis vive en la fronteriza Ciudad de Tijuana y no puedo ver los noticieros matutinos ya que esta urbe fue seleccionada como ciudad piloto para echar a andar el apagón analógico mediante el cual los aparatos de televisión dejan de recibir la señal análoga para solo recibir la señal digital de televisión terrestre.

00:45 –José Luis: Pues yo pienso que está mal para la clase baja, porque nosotros no tenemos acceso a una televisión de ese costo y ¿con esto qué hacen? Tronar más a la clase trabajadora.

01:01 Narrador: El problema para este es que este tipo de señal sólo la recibe unas televisiones de reciente modelo o mediante un aparato convertidor.

01:11 –José Luis: El pobre se hace más pobre, porque a veces no tenemos ni para comprar una televisión de segunda y ahora a fuerza tenemos que comprar una plasma o una donde agarren los canales.

01:23 – Narrador: el Gobierno Federal a través de la COFETEL repartió 200,000 cajas digitales a personas de escasos recursos en esta ciudad para que pudieran seguir recibiendo ahora la señal digital que emiten los canales de televisión; sin embargo, estas fueron insuficientes.

01:38 - Entrevistado 1: Está muy mal porque pues tanto tiempo nosotros con la tele y la función y todo...está muy mal que lo hayan hecho.

01:45 – Narrador: Las personas que sí recibieron las cajas digitales mencionan que éstas funcionan a medias, ya que por momentos la señal va y viene.

01:54 –Entrevistado 2: Sí se ve, pero en ratos se ve bien, ratos no. Como que se hace borrosa, quien sabe de qué modo, pero se le va, pero cuando sale bien, sí se ve todo.

02:08 –Narrador: El apagón analógico se pretende llevar al resto del país, por lo pronto la ciudad impactada es Tijuana.

FECHA:	29 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	2'24"
PERIODISTA:	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	MEDIO:	TELEVISA		
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=9mrhvk4en1s				

Apagón analógico en Tijuana

00:01 – Joaquín López Dóriga: El llamado apagón analógico en Tijuana, esto es apagar toda la señal analógica de televisión, de las teles normales pues, y sustituirla por una señal de alta definición. Lo que pasa es que no alcanzó para todos en Tijuana, por eso las protestas de hoy.

00:18 – Narrador: Desde este martes 28 de Mayo, Tijuana, Baja California, se convirtió en la primera ciudad en México y América Latina en realizar el llamado “apagón analógico”, es decir, desde hoy las señales de televisión abierta transmiten de forma digital. Para ver la televisión en este nuevo formato, los habitantes debieron adquirir una televisión más moderna o conseguir uno de los decodificadores o antenas receptoras que se distribuyeron gratuitamente; pero esto no ocurrió según lo planeado, pues miles de hogares no obtuvieron los codificadores o antenas receptoras necesarias para hacerlo. Desde temprano, habitantes de Tijuana se manifestaron frente al palacio municipal para expresar su inconformidad por el apagón analógico. Dijeron que su señal en los televisores fue suspendida desde la noche del lunes.

01:05 – Entrevistado 1: Yo no puedo pagar cable, no porque si tuviera un trabajo estable y pues como pagar, pero un cable ya es un lujo. Y los canales que miramos, como le digo, principalmente el canal 2, ¿cómo nos lo van a quitar? Eso no se vale.

01:18 – Narrador: Ante esta situación, en conferencia de prensa del Alcalde de Tijuana, Carlos Bustamante, dijo que se trató de una determinación irresponsable.

01:26 – Carlos Bustamante: Nosotros sabíamos de la fecha porque fue un anuncio que hizo el ex presidente Calderón antes de salir, pero de una manera muy irresponsable, porque sabía que mucha gente no tiene HD.

01:41 – Narrador: Aseguró que el municipio desconoce los detalles sobre este cambio que es la autoridad federal a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) la encargada del proceso. Dijo que se debía analizar la situación de miles de familias que no tienen recursos para adquirir un decodificador en caso de no haberlos recibido, o un nuevo aparato de televisión.

02:00 – Carlos Bustamante: Yo creo que deberían haber visto eso primero, antes de realizar un cambio tan drástico que afecta a tanta gente. Yo estoy totalmente molesto, yo todo lo supe por la prensa.

02:16 – Narrador: Algunos manifestantes obstruyeron el tránsito vehicular hacia el palacio municipal.

FECHA:	29 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	2'05"
PERIODISTA:	FIDEL MIER	MEDIO:	TV AZTECA		
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=djzhrf9eqhu				

Arrancó apagón analógico en Tijuana

00:03 – Narrador: Hicieron a un lado sus labores de casa y del trabajo para protestar ante el ayuntamiento de Tijuana. Y es que, desde la madrugada, esto es lo que ven en la televisión. El apagón analógico les quitó la señal de TV.

00:17 – Entrevistado 1: Sin nada de televisión y el niño quiere ver las caricaturas ¿cómo? Uno tiene niños y también les llama la atención la tele, y así no, nos quedamos sin nada. Y aquí no nos van a dar antenas ni nada.

00:29 – Narrador: Son parte de los habitantes de al menos 100 colonias, donde los hogares no cuentan con televisiones digitales y a donde no llegaron los decodificadores que debían recibir gratuitamente por parte de la COFETEL, para que sus viejas televisiones recibieran la señal.

00:44 –Entrevistado 2: Pasaron por mi casa, pero dijeron que una casa sí, una no, porque en unas se iban a vender las cajas; debe ser gratuito, ya que lo van a quitar, que sea gratuito a toda la gente, que sea parejo.

00:58 Entrevistado 3: No se vale que nos hayan hecho eso, y que eso es federal y que aquí no nos van a decir nada; pero cómo es posible que cuando la estuvieron dando, a mí no me dieron, yo no tengo ni cable ni nada.

01:08 –Narrador: Llevaron la propuesta ante el Ayuntamiento, porque fue su segunda opción. En el teléfono gratuito dispuesto por la COFETEL nunca contestaron y la alcaldía debía responder, según este aviso que apareció desde el lunes en la programación, pero a la autoridad municipal ni le avisaron y ni siquiera los pudieron asesorar.

01:26 – Entrevistado 4: En la mañana hablamos con un señor, el Ingeniero Fernando Borbón, director de Radio y Sistemas de COFETEL, entonces le transmitimos nuestra inquietud, le pregunté qué teníamos que hacer, y me dijo que no sabía. Le pregunté que con quién nos dirigíamos para poder darle una respuesta a los ciudadanos, pero me dijo que no sabía.

01:51 –Narrador: Lo que más le molesta a los afectados es que los hayan dejado sin señal y todo por no tener los recursos suficientes para comprar sólo una televisión moderna.

FECHA:	29 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	2'20"
PERIODISTA:	EDGAR GALICIA			MEDIO:	TV AZTECA
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=qu-q12ttvay				

Inconformes por apagón analógico en Tijuana

00:03 –Narrador: A las 06:30 de la mañana don Jesús se sentó a ver su programa favorito, en Tijuana, apretó el botón de encendido y se llevó una sorpresa: al principio pensó que era una falla técnica, cambió y cambió canal y nada. Entonces, sacó sus otras dos televisiones y lo mismo.

00: 23 –Entrevistado 1 (Jesús): Se siente feo, más cuando no le avisan a uno. Si fuera uno con dinero pues se comprará uno lo necesario, pero no.

00:31 – Narrador: Fue tal su desesperación que intentó con una de pilas, y como si fuera celular, la acercó a la antena repetidora del cerro para ver si agarraba señal... tampoco tuvo éxito.

00:39 – Entrevistado 1 (Jesús): Me siento descalzo.

00:42 – Narrador: Aquí en Tijuana nadie se tomó la molestia de avisarle a la gente, como don Jesús, que la ciudad había sido la primera de México y de América Latina en realizar el llamado “apagón analógico”. Esto les arrancó a muchos, su única posibilidad de entretenimiento, afectando, por su puesto, a los que menos tienen. ¿Le avisaron a usted que iba a pasar esto?

01:00 - Entrevistado 2: A mí no me dijeron nada.

01:03 - Narrador: México decretó el apagón analógico, que no es otra cosa que cambiar la señal a los aparatos de televisión viejos a una nueva y moderna señal digital. Esta medida implica la sustitución de 15 millones de televisores analógicos en México, por otros que puedan captar señales digitales.

El apagón inició el 28 de mayo en Tijuana y concluye en diciembre de 2015. Para quienes no tuvieran la posibilidad de adquirir un televisor nuevo, la COFETEL instalaría gratis un decodificador y una antena para entrar a esta nueva era digital, pero en Tijuana 14, 000 hogares quedaron en la misma situación que don Jesús.

¿Te notificaron que te iban a entregar un aparato y una antena o pasaron a tu casa?

01:43 – Entrevistado 3: No, nada. Nadie vino ni nada; yo estuve aquí en la casa todo el día.

01:48 – Narrador: El no repartir la totalidad de los decodificadores generó protestas que se extendieron al ayuntamiento; incluso se tramitaron 400 amparos para prorrogar el apagón, pero la COFETEL dijo que éste era irreversible.

El no haberle notificado a don Jesús que en Tijuana se iba a bajar definitivamente el switch a la televisión análoga fue como si de pronto le hubieran apagado su vida cotidiana.

FECHA:	30 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	23'40"
PERIODISTA:	CARMEN ARISTEGUI			MEDIO:	MVS NOTICIAS
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=j10oyxkvkqc				

Televisa orquesta campaña vs "apagón" para retrasar devolución de frecuencias: Carpinteyro

01:04 - Purificación Carpinteyro: Para proceder a este apagón analógico la COFETEL, basado en un estudio del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) en abril de 2012, estableció que el porcentaje en ese entonces era el 3.4% de hogares que tenían televisión digital, pero obviamente esto significaba que pues tendrían que entregar un número importante de decodificadores o cajitas para que pudieran entonces estar preparados para la transición digital.

Fíjate que el problema aquí es que desde entonces y, sabemos, el decreto de Felipe Calderón Hinojosa en relación a la transición, a la política digital, fue sometido a esta controversia constitucional desde el Congreso, desde la Cámara de Diputados y el Senado; y las televisoras, digo, Televisa se ha opuesto como dé lugar a que esta transición digital terrestre se lleve a cabo por una razón muy sencilla: En 2004, Vidente Fox fue muy generoso con las televisoras, muy generoso. Tanto que, simplemente, supuestamente, para prorrogarles estas concesiones que ya estaban próximas a vencer a los de Televisa, para prorrogar lo justificó con un decreto, un acuerdo para la transición a la televisión digital terrestre diciendo que como en México íbamos muy retrasados en esto de la adopción de televisiones digitales, entonces iban a permitir, o más bien les iban a dar un canal. Por cada canal que tuviera cada concesionaria, les iban a dar una nueva concesión digital, para que transmitieran las señales en espejo. Y prorrogaron las concesiones hasta el 2021.

06:43 – Purificación Carpinteyro: ¿Qué es lo que aquí está en juego? Pues evidentemente, aquí Televisa a como dé lugar, lo que quiere evitar es que se dé este apagón digital, porque si se da el apagón digital, ellos no van a tener más remedio que regresar sus canales de televisión analógica, que por cierto se encuentran en una banda de frecuencia, que es la banda, la gloriosa banda 700, que hoy es la banda más valiosa para prestar servicios de internet de banda ancha, y ellos quieren quedarse con esas frecuencias.

Es obvio que no quieren regresar las concesiones, que pues ya les habían dado en por duplicado, y van a tratar de usar, evidentemente, toda la capacidad mediática que ellos tienen, a través de, no solamente Televisa, sino Milenio televisión y todas sus repetidoras para tratar de crear un impacto mediático y decir "esto es un fracaso". Es obvio que esto es una estrategia de boicot; tanto así, que déjame decirte, el

apagón digital en Tijuana estaba programado para realizarse a las 7:30 de la noche, del martes, y Televisa apagó la señal desde la mañana, como para crear turbulencia.

07:57 – Carmen Aristegui: A ver, a ver, espérame tantito, perdóname. ¿No estaba programado el apagón para en la noche? Y tú dices que Televisa lo apagó desde muy temprano, y qué supones entonces... que eso lo hizo deliberadamente para crear una reacción de los que no alcanzaron el decodificador, como la que se presentó.

08:18 – Purificación Carpinteyro: Pues mira, uno no sabe si se presentó este descontento, espontáneamente o si fue un descontento provocado. Pero quiero decirte más: yo tuve la oportunidad de hablar con gente del más alto nivel del periódico reforma a las 8:00 de la noche para preguntar lo que sus reporteros en sitio estaban viendo, y me dijeron que los que estaban reclamando no eran más de 40 personas.

10:35 – Purificación Carpinteyro: Con una convocatoria urgente, hace menos de una semana nos convocan para que hoy precisamente analicemos la necesidad de culminar para que se dé marcha atrás a este apagón digital. Estamos convocados, yo tengo que estar en una reunión de la mesa directiva a las 10:00 de la mañana.

11:00 – Carmen Aristegui: ¿Bajo cuál argumento? ¿De qué hay una inconformidad nacional?

11:02 – Purificación Carpinteyro: Exactamente, de que si dadas las elecciones y viendo y que pese a que esta reprobado esto dentro de lo que sería la nueva reforma constitucional, pues que la situación es una que impediría efectivamente el que pudiera continuar o darle continuidad a esta decisión; pero esto ya lo están llevando inclusive a la postura de, vamos, a tratar de llevar que las instituciones del estado, el IFE por ejemplo, se manifiesten en este sentido haciéndole el juego a las televisoras.

Quiero decirte, y te voy a leer la ficha informativa que nos mandan a los miembros de la comisión en relación a la transición de televisión analógica digital en el caso de Tijuana. Obviamente hablan del desarrollo que ha obligado a las transmisoras al cambiar de señal, que es de suma importancia la población, que se haga de forma paulatina, que incluso esto ya está en la reforma constitucional, que en México la transición de la televisión digital terrestre inicio el 02 de Julio de 2004, que en Tijuana dice, así lo dice “no hay evidencia suficiente de que se haya alcanzado un nivel de penetración del 90% en la población que cuente con los aparatos”, no hay evidencia suficiente.

Bueno, yo no sé para ellos no es evidencia el hecho de que la COFETEL, el órgano responsable de llevarlo a cabo, no solamente cuente con los resultados de las fichas firmadas por quienes recibieron los decodificadores, que como te dije son más de 172,000 hogares que recibieron estos decodificadores y que además se haya hecho una segunda revisión determinando que efectivamente se había cubierto, no el 90, sino el 93.8% de la población

15:17 - Purificación Carpinteyro: Televisa, cuando, en realidad el apagón se iba a llevar a cabo en la tarde lo hizo desde en la mañana para tratar de provocar un descontento anticipado, está utilizando institutos como el Instituto Federal Electoral, para que se dé marcha atrás a un asunto que es prioritario para traer el avance de las telecomunicaciones en el país. ¿Por qué? Por dos cosas, porque una vez que Televisa tenga que regresar los canales analógicos que están en la banda de 700 que tiene en su poder, entonces el Estado va a poder utilizar esas frecuencias para prestar servicios de internet de banda ancha para la sociedad en general, específicamente, para toda la población de menores recursos y que no tienen la posibilidad de pagar internet de banda ancha de los grandes operadores de telecomunicaciones.

19:29 – Purificación Carpinteyro: A fin de atender el “grave” problema social, que son 40 personas, pero aún si fuera el 7% es algo que se puede resolver, porque se les darán sus cajitas o decodificadores, como lo explico Enrique Peña Nieto.

22:51 – Carmen Aristegui: Purificación Carpinteyro alerta a la ciudadanía sobre el tipo de expresiones o manifestaciones que se han presentado como si fuera una crisis nacional, en términos de una reacción negativa frente a algo que, para decirlo claro, debe ser entendido como inevitable. Y en sentido positivo, para una ciudadanía que no sólo tendrá mejor calidad en audios y videos, etc. sino lo que acabas de mencionar, el trasfondo profundo que habría de una liberación de frecuencias, en este caso analógicas, una vez que suceda el apagón completo.

FECHA:	31 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	2'07"
PERIODISTA:	EDGAR GALICIA			MEDIO:	TV AZTECA
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=obo6zsrf-km				

Decodificadores fueron mal repartidos en Tijuana

0:01 - Narrador: Hace mes y medio sin previo aviso apareció en esta colonia de Tijuana, Lomas del Porvenir, una señorita que no portaba gafete ni camiseta con logos que identificara para quién trabajaba.

0:12 - Entrevistada 1: Ya venía con un carrito, traía un carrito que venía cargando, jalando las antenas yo hablé y le dije que si me dejaba una cajita. Ella me dijo que sí, pero ahí ya llevaba prisa.

0:20 - Narrador: sin tocar las puertas de los hogares, empezó a entregar, sólo a quien veía afuera, un decodificador y una antena.

0:26 - Entrevistada 2: Yo salí a barrer y ahí andaban...

0:27 - Narrador: Ese improvisado reparto, no venía acompañado de alguna asesoría. Para qué servían, dónde debían instalarlo... Cada vecino tuvo que descifrarlo por su propia cuenta... Lo único que hizo la señorita fue dejar esta estampa en las fachadas de algunos hogares... Eso significaba que ahí ya contaban con el equipo para enfrentar el llamado apagón analógico, pero a Doña Celia sólo le dejó un equipo, en sus otros dos televisores no se ve absolutamente ninguna programación...

0:53 - Entrevistada 3: No pos pa' qué, si hace falta el aparato ese...

0:57 - Narrador: ¿No se ve nada?

0:58 - Narrador: Como ese día Don Ramón no tuvo la suerte de salir a ver lo que estaba ocurriendo fuera de su casa, pues no le tocó decodificador.

1:08 - Entrevistado 4: Como estábamos adentro, no tocaron ni nada... no escucharon y pues no alcanzamos nada.

1:14 - Narrador: Y ahora ya lleva cuatro días sin programación en la única televisión que tiene, su única fuente de entretenimiento...

1:22 - Entrevistado 4: Nos dejaron pues sin nada, sin televisión, pues no vemos nada.

1:25 - Narrador: a 14 200 familias en Tijuana no les entregaron estos aparatos. Ellos también llevan cuatro días sin tener en sus televisores absolutamente ningún tipo de programación.

1:39 - Narrador: ¿Y qué se siente estar así?

1:40 - Entrevistado 5: No pues me siento cómodo en estar en el desierto.

1:42 - Narrador: Después de su inesperada visita, la señorita nunca regresó y tampoco de tu teléfono, eso por si el equipo presenta fallas o a alguien surgió la duda de cómo operarlo...

1:52 - Entrevistado 3: No, no regresaron... nosotros ya no hemos salido y nadie ha venido.

1:57 - Narrador: Justo ahí los vecinos han experimentado es incómoda sensación de... ahí arrégleselas como usted pueda. Miguel Bernal en las imágenes. Edgar Galicia, Azteca Noticias.

FECHA:	03 DE JUNIO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	0'27"
PERIODISTA:	NO IDENTIFICADO			MEDIO:	CADENA TRES
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=48of8gpciwe				

Suspenden apagón analógico en Tijuana; reparten decodificadores digitales

00:03 –Narrador: Les cuento que en Tijuana, Baja California, ya regresó la señal analógica de televisión, esto tras la decisión de aplazar el apagón hasta el 18 de Julio, después de las elecciones; sin embargo, aún se tendrá que conseguir el decodificador, el cual ya se entrega sin costo en las oficinas de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes ubicadas en la Avenida Fuerza Aérea s/n, a un costado del Aeropuerto; sólo se debe presentar una identificación y un comprobante de domicilio.

FECHA:	31 DE MAYO DE 2013	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	38'05"
PERIODISTA:	CARMEN ARISTEGUI			MEDIO:	MVS NOTICIAS
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=1kykpd5o-q				

No suspendan “apagón” ni cedan a “chantaje” de televisoras: Amedi a COFETEL

00:13 – Carmen Aristegui: La Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) está planteando que los bloqueos y petición del IFE para diferir el apagón analógico en Tijuana es un conjunto de maniobras de empresas mediáticas; y AMEDI plantea que ni los partidos ni las televisoras deben detener el apagón analógico.

03:43 – Aleida Calleja: La ventaja que tiene este proceso de transición digital es que genera una ganancia espectral que permite que existan nuevas ofertas en televisión; cosa que no va a suceder, si se está fregando el apagón analógico. Para nosotros ha sido sorprendente que, primero, un día antes, el 28 de mayo, la Secretaria de Comunicaciones y Transportes apoye el apagón digital, que además el Presidente Enrique Peña Nieto haya dicho en un mensaje a la nación muy claramente que este proceso no se detendría, sino que tendrían que atenderse las solicitudes del 7% de la población que quedó fuera y no suspenderlo. Al otro día, el propio secretario de Comunicaciones y transportes pide diferir el apagón analógico y está como en total contradicción con lo que el propio presidente de la republica había anunciado.

5:55 – Aleida Calleja: También nos extraña que un día antes, el propio martes 28 de mayo se haya determinado en el consejo federal del IFE que se exentara a las televisoras permisionadas y concesionarias, pero hay que tener claro que esencialmente son las concesionarias las que tienen mayormente de las frecuencias de televisión, se les exentara de los bloqueos para que las candidaturas locales pudieran transmitir sus plataformas en los distritos o en las diferentes comunidades del país. ¿Qué significan los bloqueos? Me parece que es un tema que no se entiende muy bien en la opinión pública; los bloqueos significan que las televisoras tienen que establecer una pauta específica en los distritos o en las localidades para dar a conocer cuáles son las plataformas políticas de los candidatos locales.

7:50 – Aleida Calleja: Lo que nosotros hemos dicho, es que, reconociendo esta preocupación legítima del Instituto Federal Electoral ha sido aprovechada en una campaña, yo diría en un linchamiento mediático que han hecho las televisoras, especialmente televisa para presentar como una tragedia nacional el hecho de que el 7% de la población en Tijuana se haya quedado sin señal digital porque no tiene el decodificador o la antena necesaria para recibir las señales. Aunque eso no nos parece

suficiente para diferir el apagón, el propio presidente dijo “voy e instruyo al Secretario de Comunicaciones y Transportes para que atienda las solicitudes”, no dijo para diferirlo.

13:05 - Lorenzo Córdova: Una de las primeras diferencias, en cuanto a las perspectivas es que el IFE y el Comité de Radio y Televisión atendió en su decisión exclusivamente a la de la maximización de la cobertura de las campañas y de los mensajes de las autoridades electorales; y la segunda diferencia, bueno, evidentemente responde o tiene que ver con el hecho de la afirmación, el comunicado de la AMEDI, una afirmación que yo respeto, pero que evidentemente no comparto en el sentido de que el IFE responde a las maniobras de las televisoras: puede darse el caso que los pronunciamientos, las necesidades de las autoridades sean utilizados por actores distintos pues conforme a sus intereses, y habrá que juzgar si esos intereses son legítimos o no, si se comparten o no.

Yo en general he sido muy cercano en estos temas, por cierto, a los posicionamientos de la AMEDI, pero eso no es un asunto de las propias autoridades, es decir, ha habido decisiones por ejemplo del IFE que la AMEDI ha respaldado y que ha celebrado en su momento, pero eso no quiere decir que las decisiones del IFE se tomen de sintonía o de sincronía con la AMEDI. Si la autoridad electoral tiene una lógica específica, digamos, y yo no creo que sea correcto señalar pues que la autoridad electoral opera siguiendo o atendiendo intereses de partes.

17:56 – Aleida Calleja: El tema de fondo, lo que a nosotros nos parece inaceptable es que por la campaña y el linchamiento mediático que están haciendo las televisoras, se dé marcha atrás en un proceso que es de la mayor importancia para promover la competencia de televisión en este país, que es uno de los grandes lastres que tenemos para la democracia y que lo hemos discutido a lo largo de estos años. Entonces nos parece que todos los actores, autoridades, actores políticos, y gobierno federal a lo que tienen que abonar es que transitemos a esta nueva etapa y no ceder al linchamiento, o a los chantajes de una televisora que se niega a abrirse a la competencia, eso es todo.

21:38 – Carmen Aristegui: En las elecciones de aquí al 2015, Lorenzo Córdova ¿Cómo vamos?

21:40 – Lorenzo Córdova: Bueno, este año todavía tenemos 14 elecciones, más la elección extraordinaria de Sonora que se realizará el 7 de Julio; el próximo año solamente vamos a tener dos elecciones locales, y de ahí el rally electoral que se perfila hacia las elecciones federales y las concurrentes en 2015.

22:03 – Carmen Aristegui: Lorenzo, un momento, un momentito por favor, 2015 dijiste “rally electoral” ¿qué va a pasar en 2015?

22:10 – Lorenzo Córdova: En 2015 vamos a tener elecciones federales. EL IFE estará desplegando su tarea de organización, no solamente de coadyuvancia o de administración de los tiempos del Estado.

22:23 – Carmen Aristegui: Entonces año electoral, eminentemente y año del apagón analógico... es que ese es el punto. ¿Puede haber elecciones y apagón?

22:29 - Lorenzo Córdova: a ver, las elecciones de 2015 serán en Julio, el primer domingo de Julio, y el apagón analógico, hasta donde yo tengo entendido será el último día de diciembre. Ahora, si tienen o no que vincularse los temas, eso no es una responsabilidad de las autoridades electorales y en esto sí quiero ser muy enfático, porque además ha parecido, y es algo que no le toca al IFE juzgar, pero sí le toca al IFE decir lo ocurrido, que no ha habido coordinación entre la Comisión Federal de Telecomunicaciones, la COFETEL y el propio IFE.

Y me gustaría ser muy enfático en decir que hace un año tuvimos una comunicación fluida respecto, incluso al apagón analógico de Tijuana; la propia COFETEL consultó al propio IFE, no me toca a mí saberlo, consultas con el órgano electoral de Baja California. Con el IFE sí las tuvo, pero respecto a que hay una lógica de desacreditación de la COFETEL y que el IFE forma parte de esta lógica, y eso no es cierto. A ver... el IFE, las comunicaciones que la COFETEL tuvo con el IFE tienen que ver, digamos, las implicaciones eventuales que tendría para el IFE, la administración de tiempos del Estado en el

momento de la conversión digital; y la adecuada comunicación le permitió al IFE tomar oportunamente todas las decisiones e instrumentaciones técnicas para que el sistema, a través del cual se difunden los promocionales de los partidos políticos, las autoridades electorales locales incluso en el nivel local no se viera afectado por el apagón analógico pasado.

El sistema funciona perfectamente, tenemos cifras de que las pautas de que los partidos y sus promocionales de los partidos políticos de las autoridades se están transmitiendo con el mismo índice de, con los mismos niveles e índices de cumplimiento que cuando sólo se tenían la señal digital.

31:48 – Aleida Calleja: Sobre el modelo de comunicación política electoral, lo que decidió el consejo federal del IFE el pasado 28 de mayo nos parece que incumple el modelo como lo data la constitución. Ahí insistimos que el IFE no cumplió su papel de garante del derecho a la información para que toda la población acceda a la información de las plataformas, sobre todo los candidatos locales, por eso nos extraña el hecho y la decisión sobre el tema del apagón analógico. Hay que decir que el órgano de Baja California le pidió al consejo precisamente diferir este apagón analógico y fue, no el consejo general, sino el Comité de Radio que pidió e hizo esta resolución de pedirle a la COFETEL, yo creo que no es un asunto de competencia, eso está clarísimo, es al último la COFETEL quien tiene de decirlo.

Aunque yo le pondría sus asegunes, o sea termina siendo una decisión del Presidente porque la COFETEL no es autónoma; precisamente por eso se hizo la reforma constitucional, para que tenga autonomía construccional y deje de depender de las decisiones del presidente. Lo único que alerta la AMEDI, insistimos, no creemos que haya dolo en el rema de la preocupación genuina que pueda tener el IFE una parte que es el Comité de Radio y Televisión, porque hay que reconocer que el día de ayer el comité de quejas dijo “no al apagón analógico y no ceder a medidas cautelares”, sino hay que tener cuidado de que las instituciones, las estancias del Estado no sean utilizadas por la estrategia muy perversa que tienen las televisoras, especialmente Televisa.

34:08 – Aleida Calleja: A mí me parece que hay que tener mucho cuidado respecto, por eso decimos que es una maniobra de las televisoras, no estamos diciendo que es un dolo o una mala fe de los integrantes del IFE, sino que las televisoras como actúan y como las hemos visto a lo largo de los años, es utilizar a diferentes actores para que hagan declaraciones que finalmente defiendan sus intereses.

34:45 – Aleida Calleja: Me parece que no hay necesidad de diferir el apagón analógico, hay que solventar los errores. Hay que ver que la población, la mayor parte, lo más que se pueda se llegue a las señales digitales. ¿Por qué? Porque ha sido, y es clarísima, una estrategia desde hace años, desde el 2004 de las televisoras de intentar frenar el apagón analógico, para evitar precisamente la competencia en televisión.

No es deseable para este país realmente que ni el gobierno federal ni ninguna instancia del Estado seda a los chantajes mediáticos de las televisoras. Realmente es penoso que se anunció que la Ciudad de Tijuana iba a ser la primera en América Latina en hacer el apagón analógico, y ahora con lo que hace el Secretario de Comunicaciones y Transporte el día de ayer que se difiera el apagón, pues la verdad es una vergüenza hasta internacional.

PERIODO II – NOVIEMBRE A DICIEMBRE 2015

FECHA:	4 DE NOVIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	ESTADOS	DURACIÓN:	2'03"
PERIODISTA:	NORMA ALBA		MEDIO:	TV AZTECA	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=jVc3EerQSc0				

No se instalaron centros de acopio para televisores.

00:00 – Norma Alba: Se quejaron al menos 20 personas beneficiarias del programa de televisión digital terrestre por la falta de instalación de un centro de acopio para televisiones análogas en la ciudad de Nogales Sonora.

Hasta el gimnasio municipal llegaron cargando sus televisiones antiguas, ya que así se especificaba en la notificación que se les entregó. Sin embargo; debieron regresar con el aparato nuevamente a sus casas.

00:20 – Testigo 1: Que se la regresen, que se la lleven dicen, pero ahí se va a quedar. No sé qué vayamos a hacer. Se van a quedar ahí ¿Cuentas no son? Miles, millones de televisiones van a quedar ahí ¿no?

00:32 – Testigo 2: Pues me voy a deshacer de ella porque si ocupa mucho campo.

00:36 – Norma Alba: ¿Cómo se va a deshacer?

00:37 – Testigo 2: Pues me imagino que debe haber un lugar en donde la podamos llevar, porque tampoco lo podemos tirar así.

00:42 – Testigo 2: Es que, en el vale, como le llaman ellos, folleto que nos dieron dice que nos invitaban a traer la televisión para cambiárnosla por la digital nueva y lo único que alcancé a leer, que trajéramos los datos. Pero ahorita pasa el señor, no sé si sea dueño del estadio, o no sé, pero pasa: llévensela no la estamos pidiendo.

01:05 – Norma Alba: Sobre esta queja el representante de SEDESOL, Rafael Ramírez Villaescusa, subdelegado de Desarrollo Humano, quien estuvo al frente de la organización de la entrega en esta frontera, reconoció que no se pudo entregar instalar un espacio para un espacio para el depósito. Sin embargo, dijo que se avisará próximamente sobre el lugar a donde se deben llevar los televisores.

01: 22 – Rafael Ramírez Villaescusa: Lamentablemente en las notificaciones se estableció que, entre otras cosas, que las personas debían de acudir con sus televisores, sin embargo, nuestros promotores a la hora de visitar a las personas, están, dentro del protocolo de información, está el notificar que no deben de acudir con el televisores ya que este tipo de recintos no cuenta con las facilidades para hacer un centro de acopio.

01:47 – Norma Alba: Agregó que la capacidad para un centro de recepción de los aparatos debe ser un lugar con capacidad de más de doce mil televisores en Nogales y más de doscientas mil en todo el estado.

Con imágenes de Hanz Trejo e información de Norma Alba. Azteca Noticias.

FECHA:	6 DE NOVIEMBRE DE 2015	Sección:	CHIAPAS	Duración:	2'13"
PERIODISTA:	ERICK ACUÑA MENESES		MEDIO:	TV AZTECA	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=bzxzip1znwo				

Apagón analógico afectará a miles de familias en Chiapas

00:01 – Erick Acuña Meneses: En Chiapas existen muchas localidades cerca del cielo, enclavadas en las montañas, alejadas del bullicio y de la extraña sociedad.

00:11 – Testimonio 1: No encontramos aquí en Ocuilapa de Juárez, cerca del ocote, de la selva.

00:18 – Erick Acuña Meneses: Es un mundo raro donde en lugar de cláxones hay cantos de pájaros. Pero a veces esa tranquilidad se ve amenazada como hace dos semanas cuando apareció un huracán.

Es ahí cuando ellos dicen que no es lo mismo que les cuenten las cosas a verlas con sus propios ojos.

00:40 – Testimonio 2: Ahí siempre lo vamos viendo, en la tele, nada más en la tele, porque en el radio no se oye, no sabe uno cómo está la magnitud.

00:47 – Erick Acuña Meneses: En Chiapas menos de la tercera parte de los cinco millones de habitantes tiene acceso a internet, así que las otras dos terceras partes, más de tres millones, se informa por la televisión.

00:59 – Testimonio 1: Encontramos donde hay peligro de los huracanes, donde hay otros peligros más, nos vamos enterando, para que nosotros nos vayamos preparando. Porque no sea que nos llegue también. Por eso el medio de la televisión nos ha ayudado mucho.

01:17 – Erick Acuña Meneses: Para muchas familias el apagón analógico también significa apagar su único contacto con el mundo exterior.

01:25 – Testimonio 3: Un gran porcentaje tiene problemas económicos, problemas de trabajo, entonces va a ser muy lamentable.

01:36 – Erick Acuña Meneses: Salvo que compren un nuevo televisor. También miles de familias indígenas dejarían de ver programas y noticias en lenguas maternas.

01:46 – *[Imagen de Diego Ruiz durante un Programa en lengua materna]*

01:52 – Erick Acuña Meneses: Ellos están atentos al desenlace del apagón. Quieren conocer si seguirán viendo noticias por TV o como en el siglo pasado esperarán a que un forastero les cuente lo que está ocurriendo afuera.

Erick Acuña Meneses. Azteca Noticias.

FECHA:	10 DE NOVIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	COLIMA	DURACIÓN:	02'20"
PERIODISTA:	ROBERTO DOMÍNGUEZ		MEDIO:	TV AZTECA	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=bs4j7jnjxko				

“Pescadores sufren por apagón analógico”, Manzanillo Colima

00:03 – Pescador: Yo todas las mañanas me levantó a prender la televisión para ver el estado del tiempo, ya que ahí se da cuenta uno si va a estar nublado, lluvioso o va a haber mal tiempo. Ya de ahí me voy a pescar.

Me dedico a pescar desde hace 20 años aproximadamente, la mayor parte de mi vida he pescado en el puerto de Manzanillo. En cuanto vi que se aproximaba un mal tiempo me vine desde mi casa aquí, donde tengo mi amarradero de embarcación para estar esperando que llegara la tormenta. Estuvo muy feo, algunas embarcaciones se hundieron, se quebraron motores. Les afecto mucho.

Fue de mucha ayuda porque de otra manera estas a ciegas, ya que tú no eres adivino. Si te están dando la información de que viene un mal tiempo, por lo menos, mucha gente saco sus casas, se fueron a resguardar con otros parientes que tienen casas de colado.

Pescador: Bueno pues si ahora nos quitan la señal, me imagino que vamos a salir a pescar a ciegas. Ya que algunos pescadores han ido ignorando, tormentas, marejadas altas y han perecido.

Pescador: Pues si es injusto porque uno ¿que va a hacer ahora?, ¿a quién le vamos a preguntar?, ¿quién nos va a venir a decir? Yo creo que nadie.

Que no quiten la televisión, porque ahí es donde siempre vemos las noticias, vemos los reportes, y con base en eso nos lanzamos a la mar. Pero ya que ahora no va a haber señal... Pobres pescadores, que Dios nos acompañe, porque adivinos no somos, muchos pescadores se van a ir con la pura bendición de Dios.

2:12 – Roberto Domínguez: Con imágenes de José Luis González y Esteban Arzate. Roberto Domínguez. Azteca Noticias.

FECHA:	12 DE NOVIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	QUERÉTAR O	DURACIÓN:	01'58"
PERIODISTA:	ROBERTO DOMÍNGUEZ		MEDIO:	TV AZTECA	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=qx9r-giisia				

TV, único medio de información para Pinal de Amoles | Noticias de Querétaro

00:01 – Roberto Domínguez: Es Pinal de Amoles, uno de los ocho municipios que conforman el estado de Querétaro. Está ubicado al norte de la entidad en la llamada Sierra Gorda. Tiene poco más de veinticinco mil habitantes y según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL, es el municipio más pobre de Querétaro.

00:23 – Testimonio 1: Uno aquí nada más se dedica a criar una gallinita, un puerquito (...). Nosotros tenemos nuestros animalitos y pues vendemos uno y ya con eso la vamos pasando.

00:41– Roberto Domínguez: Para esas personas la televisión es el único medio de información y de entretenimiento a su alcance.

00:45 – Testimonio 1: En Querétaro pasan muchas cosas que luego pasan ahí en la tele y ya se entera uno. Por eso le platico que han estado anunciando eso del apagón. Para mí eso está mal, porque si va a comprar uno lo que se necesita y si no tiene uno con qué.

01:06 – Roberto Domínguez: El once de diciembre el apagón analógico llegará a esta región y la mayoría de los habitantes no están preparados para recibir la nueva señal.

01:16 – Testimonio 2: Yo digo que es injusto porque los que tenemos televisiones viejitas no nos va a llegar ni una señal. Entregaron unas televisiones y a nosotros no nos dieron.

01:28 – Roberto Domínguez: Pero para estas familias recuperar su derecho a la información implicaría privarse de lo más elemental.

01:35 – Testimonio 3: Yo lo que quisiera es que no la quitaran. Estamos muy faltos de recursos, aquí la comunidad es pobre, no tenemos recursos para eso. Yo pido que no nos la quiten.

01: 50 – Roberto Domínguez: Con imágenes de José Luis González y Esteban Arzate. Roberto Domínguez. Azteca Noticias.

FECHA:	12 DE NOVIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	NACIONAL	DURACIÓN:	02'18"
PERIODISTA:	GERARDO SEGURA		MEDIO:	TV AZTECA	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=0j45ytuxljk				

12 millones de personas serán afectadas por apagón analógico

00:01 – Gerardo Segura: Estos parecen ser los últimos días para este viejo aparato de televisión donde Raúl Sánchez, quien es comerciante en pequeño, con el apagón analógico programado para el mes de diciembre próximo su televisión que le ha servido como única distracción en sus tiempos libres, dejará de funcionar.

0:16 – Raúl Sánchez: Me he enterado por las noticias que ya no va a servir, a funcionar. Pues ¿qué pienso? Pues que es algo malo porque mucha gente no puede pagar un servicio por cable o comprar un codificador.

00:30 – Gerardo Segura: Como Raúl hay por lo menos doce millones de personas que se quedarán sin acceso a la televisión, al entretenimiento y a la información que reciben a través de sus aparatos.

No pertenece a ningún programa de Sedesol y tampoco tiene recursos para una pantalla o un aparato nuevo.

0:44 – Raúl Sánchez: Hay otros gastos, otras prioridades también, los gastos de la casa. No hay nadie que se acerque para saber de qué se trata o como está ese programa. Realmente no estoy enterado.

Esta mal, porque si no tienes el servicio como te vas a enterar de las cosas.

01:07 – Gerardo Segura: Pero según el presidente consejero del Instituto Federal de Telecomunicaciones, Gabriel Contreras, el apagón analógico no será perjudicial y bajo ese pretexto se niega a posponer la medida.

01:17 – Gabriel Contreras: El cumplimiento de que estén las señales digitales no perjudica a nadie.

01:20 – Gerardo Segura: Y es la misma ciudadanía la que le responde.

01:23 – Raúl Sánchez: Pues a lo mejor a ellos no les afecta porque a final de cuentas el pueblo les paga sus gastos ¿pero a uno? Claro que nos afecta.

Es una tontería realmente lo que están haciendo.

01:36 – Gerardo Segura: Algunos senadores también insisten en que esto será perjudicial para millones de personas.

01:40 – Senador 1: Nos han plantado que será menos del 10% de la población que no es beneficiaria.

01:40 – Senador 2 (Javier Lozano): ¿Cuál era la prisa?: Ninguna. Pero van a fastidiar a millones de personas en este país sin televisión.

A los más fregados, a los que tienen menos dinero, es a los que estamos castigando de nueva cuenta con una política pública errática, mal hecha, mal diseñada y peor ejecutada.

Piensen en la población que vive al día y entonces: “no pues vayan a ver al buen fin las televisiones”, honestamente no tienen ma.

02:14 – Gerardo Segura: Gerardo Segura. Azteca Noticias.

FECHA:	27 DE NOVIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	HOY	DURACIÓN:	5'25"
PERIODISTA:	CLAUDIA FLORES BARRETO			MEDIO:	TELEVISA
URL:	http://noticieros.televisa.com/programas-hoy-capsulas-noticias-lalo-salazar/1511/noticias-hoy-eduardo-salazar-bloque-216/				

Las noticias en Hoy con Eduardo Salazar (Bloque 2)

00:26 – Eduardo Salazar: Vámonos con la información porque Roberto Gil, presidente de del Senado de la República, explicó que la iniciativa que presentó para aplazar el llamado apagón análogo (*sic*) busca beneficiar principalmente a las comunidades más alejadas.

Vean esto.

00:42 – Claudia Flores: El presidente del Senado, Roberto Gil, explicó el contenido de la iniciativa de reforma que presentó para facilitar la transición de las televisiones públicas, culturales y educativas, así como de las estaciones de baja potencia hacia la digitalización de sus servicios. Dejó claro que el objetivo es no dejar sin servicio de televisión a comunidades pequeñas y alejadas que por dificultades geográficas no son cubiertas por la señal televisiva y que ante el apagón analógico podrían verse afectadas a partir del próximo primero de enero.

01:11 – Roberto Gil: Las estaciones principales que prácticamente ya todas transitarán a televisión digital abarcan el 95% del territorio Nacional. Las estaciones complementarias sólo abarcan el 1.5% del territorio Nacional porque están destinadas a cobertura social.

Lo que suele pasar en este país es que en el 1.5% del territorio Nacional puede haber una familia que con mucho esfuerzo compró su televisión, que empeñó su patrimonio, que la coloca en la sala de su casa y que no tiene acceso a la señal ¿y sabe porque no tiene acceso a la señal? porque no se garantizó que se conectaran debidamente las estaciones complementarias que hoy bañan las zonas de sombra o las zonas de cobertura complementaria.

02:00 – Claudia Flores: Explicó que en el caso de las televisoras públicas, educativas y culturales el objetivo de la iniciativa es ampliar el plazo a un año para que puedan digitalizar sus servicios, no se le retire la concesión y en consecuencia puedan seguir al aire cuando hayan obtenido los recursos necesarios para equiparse.

Y es que a la fecha el 76% de la televisión pública no lo ha logrado, incluso mencionó que el Congreso de la Unión tampoco había destinado la inversión necesaria para la digitalización de sus servicios.

02:29 – Roberto Gil: Lo que planteamos es que se apagan durante el tiempo necesario para que hagan las inversiones y cuando estén listos se prenden, es decir, generamos un incentivo virtuoso para que el Estado Mexicano y los órdenes de gobierno locales inviertan no solamente en el transmisor digital sino en todos los equipos que se requiere.

02:54 – Claudia Flores: Lamentó que la presentación de su iniciativa haya sido interpretada por los senadores perredistas como un intento de la mesa directiva para violentar procedimientos legislativos. Esos señalamientos, dijo, son inmerecidos porque el trámite se ha realizado conforme al reglamento con el objetivo de que pueda ser dictaminada a tiempo, debido a que la semana próxima la Cámara de Diputados cerrará sus dictámenes y el apagón analógico es obligado al 31 de diciembre.

02:54 – Claudia Flores: Claudia Flores Barreto. Noticieros Televisa

03:29 – Eduardo Salazar: Por cierto, Mónica Aspe, quién es la subsecretaria de Comunicaciones y Transportes, informó, que se han entregado 7.7 millones de televisores digitales a la población más vulnerable de todo el país, esto como parte del progreso del apagón análogo (*sic*).

Vamos escucharla.

03:47 – Mónica Aspe: En cuanto a la entrega de las televisiones digitales. Hemos entregado ya en todo el país más de 7.7 millones de televisores digitales en 1600 municipios de las 32 entidades federales federativas.

04:06 – Eduardo Salazar: Pues ahí está.

FECHA:	01 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	DINERO	DURACIÓN:	6'01"
PERIODISTA:	RODRIGO PACHECO			MEDIO:	EXCÉLSIOR TV
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=Iwjy1iar5o				

Apagón analógico se podría atrasar en algunas entidades": Comisionado del IFT

00:00 – Luis Fernando Borjón: Que tal, buena tarde ¿cómo estás, Rodrigo?

00:02 – Rodrigo Pacheco: Estoy teniendo un problema ahí para escuchar al comisionado, pero bueno hay asuntos muy relevantes con respecto al Instituto Federal de Telecomunicaciones. Y creo que ahí ya lo puedo escuchar, comisionado.

Me gustaría preguntarle qué opinión le merece lo aprobado por el Senado con respecto a aplaza el apagón para ciertas entidades en específico.

00:23 – Luis Fernando Borjón: Realmente son un programa, entiendo que está viendo el Senado, para tratar de apoyar algunos permisionarios de televisión pública que no lograron la transición de la televisión digital o que pudieran no lograrla.

Estamos hablando aproximadamente de trece casos en el país; de algunas estaciones de televisión de gobiernos estatales que tiene este problema, decían por cuestiones presupuestales y lo que el Senado está buscando, por una parte, aprobar este tipo de casos, darles un apoyo para que puedan lograr esa transición a más tardar el 31 de diciembre de 2016.

Pero insisto, son trece casos en un universo en el que hablamos de más de 1, 200 estaciones en todo el país. También por otra parte se está buscando apoyar a lo que son los equipos complementarios de baja potencia, las estaciones que llamamos de baja potencia, que sirven a comunidades muy pequeñas, normalmente de menos de cinco mil habitantes, digamos quinientos, cinco mil habitantes, donde pues tampoco han logrado la transición, pero servirían con una cuestión de cobertura social.

Ésa es esencialmente mi opinión, lo que ha planteado el Senado en este dictamen de comisiones unidas, que entiendo que en breve se discutirá en el Senado de la República.

01:42 – Rodrigo Pacheco: Y entonces nada más para dejarlo muy claro eso no implica que se aplaza el apagón en los términos en que se definió la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones en términos de que se sigue el programa de entrega de televisiones por parte de la SCT con el patrón de Sedesol, etcétera.

02:00 – Luis Fernando Borjón: Todo sigue digamos igual, todo sigue avanzando, nada mas no llegamos al 100% de la meta, si no yo diría por aproximar el 98%.

Realmente el resultado va hacer muy bueno, los apagones seguirán adelante; el único tema es que podamos garantizar que el 90% de las personas de escasos recursos que tienen que recibir una televisión, en este caso que reparte la Secretaría, la tenga. Que la Secretaría nos informe al Instituto y cuando esto suceda veamos que hay condiciones de transmisión y recepción para que se pueda lograr el apagón recordando que en la Ciudad de México el apagón será el 17 de diciembre, en Guadalajara el 16, en el Bajío el 11 y así seguiremos avanzando.

02:45 – Rodrigo Pacheco: Sé que todavía faltan, digamos, y comprobar esto que ya menciona comisionado, pero a partir del primero de enero de acuerdo a como se van viendo las condiciones estaremos ya totalmente sin señal analógica en el país.

03:01 – Luis Fernando Borjón: Si a partir realmente del 31 de diciembre, el 31 de diciembre es cuando concluiremos este proceso y a partir de ese momento el país será digital, con estas excepciones que está planteando el Senado.

¿Porque lo hace? yo creo por dos razones principales. Para que los gobiernos estatales no pierdan el derecho de tener esta posibilidad de transmitir el futuro. De transitar para que el público no pierda esa oportunidad como audiencia, en estos 13 casos que te comento y para que las comunidades menos favorecidas, las que están más alejadas de la zona urbana, digamos zonas rurales o semiurbanas tampoco pierdan el servicio.

Creo que esto es bastante aceptable, creo que muestra mucha sensibilidad de parte del Senado y por lo demás estaremos avanzando oportunamente en todo el país con el apagón

03:53 – Rodrigo Pacheco: Ahora, ¿hay entidades que no estén contempladas dentro de estos trece casos o que no sean de baja potencia pero que no hayan hecho las inversiones necesarias?, ¿que estaría pasando con ese tipo de situaciones?

04:08 – Luis Fernando Borjón: Realmente no tenemos estos casos, ahorita que yo recuerde, tuvimos algo especial en el proceso de autorización, (...) pero creo que esto estará a tiempo para el 31 de diciembre sin mayor problema.

04:26 – Rodrigo Pacheco: Así que ya no se ve ningún panorama. Bueno por último preguntarle, hace unas semanas se lo preguntaba en radio, pero simplemente decir, ¿que va pasar con respecto a la cuarta cadena? ¿Se va a licitar cadenas locales de televisión o será una a nivel nacional? ¿Cómo va en las fechas de la consulta? y lo ¿que tendrá que ocurrir hacia delante?

04:50 – Luis Fernando Borjón: Por lo pronto no estamos lanzando todavía esta consulta, como se ha comentado en un momento dado, cuando tengamos un proyecto de pre bases, digamos para pruebas de consideración del público en general, se podría dar una opinión y ahí se podría tener información para ver si lo que conviene es un modelo regional o un modelo nacional. ¿Que puede ser más efectivo, en cuanto a la diversidad de información, en cuanto a generar más competencia en el país?

Es algo que tendrá su momento, pero por el momento no estamos enfocados ahí, si no en lugar lograr propiamente la transición de la televisión digital terrestre y que la pago se dé oportunamente.

05:27 – Rodrigo Pacheco: Pues le agradezco muchísimo la información como siempre y aclarando este asunto que no se retrasa, simplemente fue esta decisión que ya nos explicaba con respecto al Senado.

Muchísimas gracias, comisionado Luis Fernando Borjón.

05:39 – Luis Fernando Borjón: Muchísimas gracias por la oportunidad. Que estés muy bien.

05:41 – Rodrigo Pacheco: Igualmente. Por otro lado...

FECHA:	2 DE DICIEMBRE DE 2016	SECCIÓN:	NOCHE	DURACIÓN:	04'38"
PERIODISTA:	PASCAL BELTRÁN / DAVID PÁRAMO		MEDIO:	EXCÉLSIOR TV	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=mtrxe_ybrvs				

“¿Porque la prórroga del apagón analógico?”

00:01 – Pascal Beltrán: Y saludo a David Páramo ¿David, como estas?

00:03 – David Páramo: ¿Pascal, como estás? Muy buenas noches. Con el apagón analógico seguimos teniendo muchos problemas. Los mismos senadores, los mismos que dentro del pacto por México hicieron la Reforma Constitucional, aprobaron las leyes, tomaron la decisión en el Senado de la República de prorrogar.

Mira la justificación es porque las televisoras sociales, las culturales y el propio canal del Congreso como dice (*Roberto*) Gil Zuarth.../

00:25 – Pascal Beltrán: No estaban listos.

00:25 – David Páramo: .../ que no estaban listos. Es increíble que no estén listos. A ver, Felipe Calderón en 2005 decretó el apagón analógico en 2012. O sea, ya se sabía, era un decreto.

En la Reforma a las telecomunicaciones que tienen más de año y medio aprobada la ley se sabía que era el último día.

00:42 – David Páramo: Dice (*Roberto*) Gil Zuarth, que de repente se dio cuenta que llegó al canal del Congreso y que no estaba listo y la explicación es absurda, decir que, porque no hay dinero, es una falta de planeación.

Y a partir de ahí se ha derivado dos temas importantes, uno el primero es que creen que se está prorrogando todo el apagón, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Sedesol, dicen que van a cumplir con la entrega de televisiones antes del veinte de diciembre y de ahí se ha dicho que las televisiones abiertas se van a librar de una multa multimillonaria. De una multa que tendría, que se les aplicaría por no cumplir.

Javier Corral y algún otro grupo de vividores de este sistema de las telecomunicaciones han dicho que todo es una estrategia para favorecer a Televisa y en menor medida a Televisión Azteca.

Las que no son, las que no van a cumplir son las estaciones que se llaman complementarias, son muy pequeñas estaciones que no cubren ni el 3% de la población total.

01:34 – Pascal Beltrán: ¿El Canal del Congreso, entre ellas?

01:36 – David Páramo: No, el Canal del Congreso entra a los culturales y todo.

01:40 – Pascal Beltrán: Las comunitarias

01:40 – David Páramo: Las que les correspondería a los concesionarios, Televisa, Televisión Azteca, básicamente. No cubren el 3% de la masa que se cubre. Están fuera del total del apagón analógico.

De hecho, en Estados Unidos la experiencia. En Estados Unidos abrieron un período de muchos años y en dado caso que hubiera una multa, la multa se le aplicaría a la concesionaria, hay que recordar que las cadenas de televisión, salvo la que inauguraremos el primero de enero del año próximo, se integran por muchas empresas individuales que se van sumando.

La ley dice la multa se le cobra al concesionario, no a la cadena, y aquí lo que tenemos que tener claro es que hay que llegar al punto de que el apagón analógico quienes lo complican son los políticos que lo aprobaron.

02:23– Pascal Beltrán: Pues sí, porque... Ellos hicieron las leyes. Luego las cambian ¿no?

02:27 – David Páramo: Ellos hicieron las leyes y luego las quieren violar y encuentran la manera. Vamos a ver si los diputados siguen con este juego.

Uno de los grandes temas, y lo platicábamos ayer, Pascal, era que el consumo interno está creciendo. Que lo que ha sido el motor de la economía, por ejemplo, ahorita hablábamos de la caída del precio del petróleo. Bueno pues se compensó con la Reforma Hacendaria y con el crecimiento que ha registrado el consumo.

Vemos, por ejemplo, que en el “Buen Fin” las ventas crecieron 10%, cuando había voces que decían: ahora si ya no va a funcionar el Buen Fin, se impone un record, hoy incluso se hizo la lotería que hace el Servicio de Administración Tributaria.

Quiere decir que hoy los mexicanos están teniendo mucho más dinero para gastar por una combinación de dos factores: que tenemos la inflación más baja de la historia, antes de 1970 se estimaba la inflación en 2%, ahorita estamos en 2.41.

03:13– Pascal Beltrán: Sí.

03:14 – David Páramo: A partir de 1970 que se comienza a medir, la inflación nunca había estado en estos niveles.

Si vemos que las revisiones contractuales estuvieron en el 4.4 como el salario mínimo. Se libera poder de compra para las personas, vemos un sistema financiero que está dando los créditos más baratos de la historia y eso incrementa el consumo.

03:33– Pascal Beltrán: Me queda claro que es bueno para la economía nacional ¿es bueno desde el punto de vista de las finanzas personales, este tipo de gasto?

03:38 – David Páramo: Sí, sin lugar a dudas. Sí, sin lugar a dudas ¿por qué? Si lo haces de una manera inteligente, si te vas a saber cuánto puedes gastar sin comprometer tu patrimonio, aprovechar o los descuentos o los meses sin intereses para aquellas cosas que funcionen y genera una activación del ciclo económico, ahí vemos que el INEGI da a conocer los “indicadores coincidente adelantado”.

Te acuerdas que hace como un año, todo el mundo decía el indicador coincidente adelantado, hablan de crisis, hablan de recesión. Hoy mismo dicen que no vale, que no cuentan para tanto.

Están en el mayor nivel quiere decir que la economía se está activando y la activación económica es lo que genera un mayor consumo interno, Pascal.

04:17– Pascal Beltrán: David, muchas gracias.

04:00 – David Páramo: Siempre es un gusto.

FECHA:	03 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	OPINIÓN	DURACIÓN:	3'35"
PERIODISTA:	PASCAL BELTRÁN / DAVID PÁRAMO		MEDIO:	EXCÉLSIOR TV	
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=7ydz4gimwie				

“Lo oculto del apagón analógico”

00:00 – David Páramo: A mí me parece increíble que sigamos con este debate del apagón analógico. Hay que ser muy claros, ciertamente el apagón analógico tiene dos virtudes, la primera de ellas, como la más notoria, es la transición a la televisión digital, que mejora los contenidos, mejora la calidad de la televisión e incluso te permite hacer más canales dentro de la televisión abierta. Pero eso es lo menor.

Por eso que estar discutiendo que si las televisiones, que además el ritmo que dice el presidente, setenta mil, que yo creo que está redondeando la cifra porque son como sesenta y tres mil. Darían más de los 9.7 millones antes del 20 de diciembre que es la fecha.

Lo que tendríamos que hacer es discutir ¿para qué el apagón analógico? Se libera la banda de 700 mega hertz. Esa banda es elemental porque es la que va a permitir tener un acceso real a internet en todo el país.

Hay quienes dicen, “oye se gastaron veinticinco mil millones de pesos en las televisiones”; sí, pero gran parte se compensará del dinero del erario. Se va a compensar con la licitación de la banda de 700 mega hertz.

Y hay que tener claro. Este debate que sigue manteniendo algunos, de que hay que detener el apagó. Lo decíamos ayer, 2005 Felipe Calderón lo decreta para 2012, el pacto por México en la negociación en el Congreso toman la decisión de que sea 2012 y lo llevan a la Constitución de una manera, yo creo que equivocada. Pero se sabía hace más de año y medio, hace año y medio y llevan tres años entregando televisiones.

1:24 – Pascal Beltrán: ¿Por qué esta costumbre nuestra de nunca cumplir con los tiempos legales?

01:27 – David Páramo: Yo creo que más que no cumplir con los tiempos legales es las ganas políticas de dañar al gobierno. Como calculan en la oposición, particularmente en el PAN, que la medalla no se la van a poner ellos. Dañan. Y tienes ahí a Javier Corral inventando historias de las multas multimillonarias a las televisoras que no son ciertas y una serie de cosas que dañan al mercado.

Si tenemos una televisión digital con la nueva banda, con nuevos competidores como Grupo Imagen Multimedia, se beneficia a la gente que no paga por televisión. Que tiene televisión abierta, que lo único que necesitas es una antena.

Que debimos haber razonado de otra manera si dar decodificadores o apoyos como en otras partes del mundo. Pero ya estamos muy tarde para eso. Ya vamos tres años tarde en esa discusión.

2:08 – Pascal Beltrán: ¿Tú ves un propósito político?

2:10 – David Páramo: Yo veo un propósito político, ni siquiera económico. Te voy a decir ¿las televisoras, Televisa, Televisión Azteca se benefician de que no haya apagón? Se dañan. Esas empresas ya realizaron inversión, en los siguientes días ya solo van a transmitir en televisión digital, es decir, antes del apagón.

Y el efecto que está en el rating, que dice que hay un efecto en el rating, es cierto. Seguramente tú te acuerdas cuando pasaron la primera televisión de color en tu casa, todas las demás seguían siendo blanco y negro, y se iban renovando las televisiones ¿Cómo se renueva hoy la televisión en tu casa? Es exactamente igual, normalmente decide papá. La de él cambia primero y van cambiando todas las demás

Está probado que en el mundo tarda más o menos un año, hoy tú no tienes incentivos, bueno ya ahorita sí; pero antes no tendrías incentivos para dejar tu televisión normal y comprarte una televisión digital. En el momento que veas la diferencia de calidad y todo esto. Se van generando incentivos.

Vamos, vivimos en un país en donde todavía la gente sigue usando VHS y CD, cuando existe el BlueRay, o incluso ya hay nuevas tecnologías que te lo retirarían.

La discusión yo creo que no es económica sino necesariamente política.

FECHA:	14 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	OPINIÓN	DURACIÓN:	12'45"
PERIODISTA:	DAVID PÁRAMO	MEDIO:	TV AZTECA		
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=u6hexnwr2w0				

Apagón analógico

00:05 – David Páramo: Bienvenidos a “La otra cara de la moneda”.

Este 1 de enero México será uno de los primeros países de América Latina que transite a la televisión digital terrestre, conocida como el apagón analógico. Es dejar de transmitir señales analógicas y convertirlas en digitales. Entre las muchas, muchísimas ventajas que tiene la televisión digital es la *multiplexación*.

La posibilidad que tiene un canal de televisión de transmitir señales diferentes, eso aumenta la oferta de la televisión abierta y le da a las personas la posibilidad de tener acceso a más y mejores contenidos sin pagar.

Adicionalmente el apagón en el lógico permite liberar la banda de los 700 mega hertz. Una banda que es necesario, indispensable y fundamental para que el país tenga una mayor conectividad.

De los 23,000 millones de pesos que el gobierno ha comprometido en entrega de pantallas digitales para que los que, de acuerdo con el CONEVAL, se encuentran en la línea de pobreza, gran parte se recuperará con la banda de los 700 mega hertz.

Es sin lugar a dudas el apagón analógico y la transición a la televisión digital una de esas grandes noticias de las telecomunicaciones hacia el resto de los mexicanos.

La historia comenzó a mediados del gobierno de Felipe Calderón, cuando decretó que el apagón analógico se realizaría el último día de 2015.

Con la reforma a las telecomunicaciones, esta que fue producto del pacto por México, todos, absolutamente todos los partidos políticos estuvieron de acuerdo y así lo votaron sus representantes en el Senado y en la Cámara de Diputados: que la televisión fuera digital por mandato constitucional. Se tomó la decisión que fuera en nuestra Carta Magna en donde se pusiera este lineamiento.

Las empresas, Televisión Azteca, Televisa, están totalmente y absolutamente listas para el apagón analógico, para la transición a la televisión digital. De hecho, Televisión Azteca ha informado ya que está totalmente lista, que incluso sus más pequeños repetidoras ya pueden transmitir esta señal e incluso ha hablado de nuevas ofertas programáticas.

Sin embargo, hemos visto a las mismas basuras de siempre a una serie de tipos que responden a intereses verdaderamente oscuros y peligrosos decir cualquier cantidad de mentiras.

Hoy, en “La otra cara de la moneda” desenmascaremos a estos farsantes.

03:06 – Reportero: El próximo 31 de diciembre tendrá lugar la última etapa del apagón analógico por mandato constitucional para dar paso a la televisión digital terrestre.

Para esta fecha toda la población deberá contar con televisiones adaptadas para televisión digital o bien contar con los convertidores necesarios. Las ventajas que ofrece esta transición es una mayor recepción en señales, mejor calidad audiovisual y la posibilidad de tener canales gratuitos en alta definición. Es decir, la televisión local como nunca se ha visto.

03:47 – David Páramo: En los últimos días miserables políticos como Javier Corral o como Dolores Padierna han enderezado una campaña en contra de la televisión digital, de esta transición, han dicho cualquier cantidad de mentiras que muchas de ellas vienen de sus celos.

Si yo fuera Dolores Padierna también odiaría la televisión abierta porque exhibió a mi marido recibiendo dinero de la corrupción y quedándose hasta con las ligas.

Si fuera Javier Corral tendría la misma clase de odio. Hay que recordar cuando trató de ser gobernador de Chihuahua en su campaña contrató publicidad. No la ha pagado. Llevan 10 años de juicio y ha perdido ya propiedades, porque él simple y sencillamente se niega a pagar.

Ya han enderezado a una serie de groupies, de seguidores o que responden a intereses verdaderamente ocultos, que están en contra del apagón. Que lo tratan de dañar y de denostar. Ahí está Observatel, Amedi, las mismas basuras de siempre. Gente que han propagado mentiras que no podemos permitir.

Déjeme desenmascararlos uno por uno.

Dicen por ejemplo que todo el cambio que se hizo, las televisoras abiertas se oponen, que los grupos que hemos invertido dinero, recursos y talento en estar ya listos para la transición digital hoy nos oponemos, por una cuestión tan absurda, tan nimia como lo que tiene que ver con las audiencias, los ratings.

Es evidente que cuando hay un cambio tecnológico no se da de momento o de golpe. Recuerde usted por ejemplo cuando llegó la televisión a color, pues primero era una televisión a color en la casa luego se iba sustituyendo por otra por otra. Lo mismo pasó con los VHS, los CDs o ahora pasa con el Blue Ray, se van cambiando poco a poco y eso tiene un impacto en las audiencias.

¿Y realmente usted cree que las empresas de televisión abierta no lo tienen considerado, no lo tienen listo? porque se conoce la Reforma Constitucional y su ley desde hace año y medio. Decir con el pretexto de Nuevo León, donde no se quejaba la gente, donde se quejaron grupos de políticos tratando de hacer escándalo, que se estaban quedando sin audiencia.

No, no es un tema que tenga que ver con las audiencias. Las televisoras sabemos y entendemos de cualquier manera que nuestro privilegio es servirles, darles la mejor calidad con la mejor tecnología y que, la experiencia internacional demuestra, que en menos de un año las audiencias se corrigen.

A partir de que ya viene el apagón o los lugares donde ya se ha dado hay incentivos para cambiar de televisiones análogas a digitales, ya sea por el cambio de aparato, por un decodificador, o una mezcla de ambos en todas las casas.

Así las cosas, ese no es un problema. Nos concentraremos en este movimiento que ya fue aprobado tanto por senadores como por diputados de prorrogar para las para las pequeñas estaciones culturales, para las sociales e incluso para los del gobierno, prorrogar hasta el último día del año próximo el apagón analógico.

Miré, en Estados Unidos para este tipo de concesiones se le dice un período de hasta cinco años y aquí se les da un período de un año porque hay absurdos verdaderamente difíciles de explicar.

Es increíble que, en el Congreso de la Unión, que el Canal del Congreso no este listo para el apagón cuando son ellos quienes lo manejan, quienes lo aprobaron esta Reforma Constitucional y sus leyes. A partir de ahí, los mentirosos de siempre estas mismas escorias, Javier Corral, Dolores Padierna, Observatel, Amedi y todos ellos inventaron una gran cantidad de historias; que está prórroga era para librarla las multas multimillonarios que recibirían televisión Azteca, que le reitero, está totalmente lista hasta la última de su repetidoras, y Televisa.

Entonces, no existe tal historia de las multas millonarias. Déjeme dejarle muy claro estas basuras fingen o realmente lo ignoran o así le conviene a los intereses que los manipulan y los financian, decir que son multas millonarias.

Se les olvida, por ejemplo, que las cadenas de televisión se integran por pequeñas concesiones y que si alguna estación complementaria, qué es el nombre técnico que tienen, no cumpliera, en ese caso remoto y poco probable, la multa se le cobraría a esa concesionaria, no se le cobraría a toda la cadena de televisión.

Sin embargo; hay un interés oculto, un interés perverso en dañar el apagón analógico. Analicemos cuáles pueden ser las expectativas.

Una: es que hay una miseria política en este país que no quiere reconocerte que algo se hizo bien. Aunque fueron esos mimos senadores que hoy se quejan quienes aprobaron la reforma, quienes hicieron las leyes, quienes estuvieron de acuerdo, que incluso la alentaron y le aplaudieron después de haberla aprobado.

La segunda es que hay un interés mezquino, malsano y maldito por dañar a la televisión abierta.

Quienes estamos en la televisión abierta, los empresarios del sector y todos los que formamos a esta televisora, estamos convencidos de ofrecer la mayor y mejor calidad para los televidentes. Hemos realizado inversiones desde hace muchos años.

Mire, recuerde usted hace cuánto puede usted ver a televisión Azteca en HD, desde hace ya dos o tres años por lo menos.

Entonces, que no venga ahora a mentirle, que no vengan ahora a engañarle y a decir no sé qué tantas mentiras; porque lo que hoy tenemos es a un sector preparado y listo. A unas empresas que han hecho todo lo que les corresponde. Y que además se están preparando para una competencia reforzada.

Le recuerdo que como parte de la Reforma Constitucional se abrió el espacio para dos cadenas de televisión abierta. Una quedó desierta porque grupo Radio Centro no pagó y en la otra Grupo Imagen Multimedia pagó mil ochocientos millones de pesos por el título de concesión y hasta el momento ha invertido más de cinco mil millones de pesos buscando tener una participación de mercado de 11%.

Es decir, la televisión abierta está viva, floreciente. No es cierto que, esa es otra de las mentiras que propagan: que la televisión de paga es el futuro. Cuando yo le digo esto entenderá a quienes están metidos en la televisión de paga o violando su título de concesión en la televisión por Internet y tratan de dañar, de denostar lo que es un avance para todos los mexicanos.

Resumiendo: el apagón analógico es una gran ventaja para todos los mexicanos. Sí, usted que ya me ve en televisión digital sabes que la calidad es mejor, que puede ver y tener acceso a mayores contenidos; sabe también que ese es el futuro. Desde el punto de vista de las empresas, es la oportunidad de dar una mayor y mejor calidad y además le recuerdo que se libera la banda de setecientos mega hertz. Una banda que es fundamental para hacer la transición a un mejor Internet.

En este país, debemos estar claros y ciertos, que todos aquellos, Javier Corral, Dolores Padierna, la misma basura de siempre que lo sigue, que nada en las comunicaciones que tengan que ver con

Televisa y televisión Azteca les acomoda, están tratando de engañarlo. Hoy los mexicanos lo que deberíamos estar haciendo es celebrar este gran paso tecnológico, no sólo desde el punto de vista de la televisión y una creciente competencia en la televisión abierta, sino también desde tener una mejor y mayor conectividad.

Usted, con la televisión digital podrá ver hasta tres canales sobre lo que antes era un; y si esto no es un avance, que estas basuras me lo vengán a decir.

Gracias. Que le vaya muy bien.

FECHA:	15 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	GENERAL	DURACIÓN:	00'59"
PERIODISTA:	REDACCIÓN	MEDIO:	TV AZTECA		
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=wijbydhhupe				

Estafa para el apagón analógico

00:00 – Reportero: Por cierto, para usted que tiene teles de las viejitas, de las de cinescopio; fíjense que, vaya, están vendiendo un aparatillo que la verdad no sirve para nada.

Lo están viniendo los ambulantes en el centro, que vale cincuenta pesos, dicen que es el adaptador digital.

No lo es, ni sirve para ello. Los adaptadores en realidad cuestan entre trescientos y quinientos pesos.

Esto que usted está viendo en pantalla, no, no le va a servir. Simplemente es un adaptador para la antena. Pero en realidad, le repito, no va a servir.

Que no le vayan a dar gato por libre.

Eso finalmente, no sirve, no es el adaptador digital. Si cuesta menos de trescientos pesos seguramente le quieren vender algo que no le va a servir a su televisión.

Si usted tiene pantalla plana está preparado para recibir la señal en el 6.1 y el 12.1 canales de Azteca. Si usted tiene televisión por cable, tiene Megacable en su tele viejita podrá seguir viendo nuestras señales.

FECHA:	17 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	NOTICIAS	DURACIÓN:	00'59"
PERIODISTA:	SARAÍ MÉNDEZ	MEDIO:	TELEVISA		
URL:	http://noticieros.televisa.com/programas-primero-noticias/1512/apagon-analogico-siete-entidades-22-diciembre/				

Apagón analógico en siete entidades el 22 de diciembre

00:06 – Saraí Méndez: El 31 de diciembre finalizará la implementación del apagón analógico prácticamente en toda la República Mexicana.

00:14 – Luis Fernando Borjón: El apagón representa mayor calidad de señal, mayor beneficio, mayores señales hacia la población, mayor competencia, liberar espectro para la banda ancha.

00:24 – Saraí Méndez: El apagón analógico se ha implementado de manera gradual desde su comienzo en Baja California en 2013 y así continuará hasta el último día de este año.

En tanto, el 22 de diciembre se procederá al apagón en localidades de los Estados de Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Sonora, Chihuahua, Coahuila y Quintana Roo.

A las cero horas del 31 de diciembre será el apagón analógico en todo el territorio de los Estados de Baja California Sur, Sonora, Chihuahua, San Luis Potosí, Aguascalientes, Hidalgo, Veracruz, Quintana Roo, Guerrero, Estado de México, Jalisco, Nayarit, y Sinaloa.

01:00 – Luis Fernando Borjón: Resolvimos ya llegar a otras 99 estaciones que estarán para el 31 de diciembre y eso nos lleva a un avance del 70% de la población del país.

01:11 – Saraí Méndez: Los próximos días sesionará el pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones y podría determinar que más localidades puedan transitar a la televisión digital terrestre antes del 31 de diciembre.

Saraí Méndez. Noticieros Televisa.

FECHA:	18 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	NOTICIAS	DURACIÓN:	02'29"
PERIODISTA:	MARIANA H.	MEDIO:	EXCÉLSIOR TV		
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=xhkxoxhzdjw				

Recolectados cinco mil televisores analógicos a nivel nacional

00:001 – Mariana H: La Secretaría de Medio Ambiente ha recibido menos de cinco mil televisores en los 557 centros de acopio que dispuso en todo el país, como resultado del apagón analógico.

00:11 – Reportero: Luego del apagón analógico en la zona centro del país, la Secretaría de Medio Ambiente dio a conocer que, en los 557 centros de acopio de televisores analógicos instalados en doce entidades, sólo se han recibido al menos cinco mil televisores.

La cifra demasiado baja en comparación con los 40 millones de equipos que hay en las casas, aunque no todo se desecharan, estaríamos hablando de menos del 1%.

De mayo de 2014 a la fecha las secretarías de Desarrollo Social y la de Comunicaciones y Transportes han entregado alrededor de nueve millones de equipos digitales a beneficiarios de programas sociales.

Al terminar diciembre se espera llegar a la cifra de nueve millones setecientos mil televisores entregados en una de cada tres viviendas, con esto concluiría el programa de sustitución de televisores.

La empresa Reind Química se hará cargo del acopio de los aparatos, de su proceso de reciclaje y de enviar los componentes que no pueden reciclarse a un confinamiento para dar termino a todas las piezas.

El gobierno federal hasta ahora estima ha recolectado unos setenta mil televisores, de los que la empresa se hará cargo y en caso de que la gente lleve más aparatos a los centros de acopio se hará otra licitación para disponer adecuadamente de esos aparatos.

Los centros de acopio de televisores analógicos están ubicados en Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila y Durango; también en Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Nuevo León y Puebla; además de Querétaro, Sonora y Tlaxcala, según la página de internet de la SEMARNAT.

Del total, 500 los ha instalado la dependencia y el resto la empresa recicladora.

Los aparatos analógicos contienen metales pesados como plomo, mercurio y otros químicos tóxicos que pueden dañar la salud, señalaron Greenpeace y un grupo de ciudadanos que pidió investigar al

gobierno por violación a las normas ambientales ante la Comisión de Cooperación Ambiental de América del Norte.

FECHA:	18 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	NOTICIAS	DURACIÓN:	01'19"
PERIODISTA:	ARACELI DÍAZ			MEDIO:	TELEVISA
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=-4fldm2ot4				

Desecharán en México 40 millones de televisiones con el apagón analógico

00:00 – Araceli Díaz: México podría enfrentar un severo problema de contaminación del suelo ante el apagón analógico que ya comenzó y en el que se estima se están desechando cuarenta millones de televisores.

Organizaciones ambientalistas alertaron sobre los riesgos de que estos aparatos no sean confinados de manera correcta ya que contienen plomo, mercurio y arsénico que pueden afectar la salud de las personas.

Cabe mencionar que como parte del proyecto del apagón analógico el gobierno federal instaló trescientos centros de acopio distribuidos solo en 14 estados de la República; hasta el 7 de diciembre se habían acopiado cuatro mil quinientos sesenta y dos televisores analógicos.

Una empresa será la encargada de reciclar los componentes que pueden ser aprovechados y el resto del material será confinado por su peligrosidad.

Lamentablemente no existe una campaña que indique claramente a la gente qué debe hacer con sus aparatos viejos. Las organizaciones ambientalistas se mostraron preocupadas de que las televisiones terminen en los basureros, pues se ha comprobado que los materiales altamente contaminantes que contienen pueden causar daños al sistema nervioso, hígado, cáncer u osteoporosis.

Cabe recordar que la pago en analógico inició el viernes 11 de diciembre y concluirá el 31 del mismo mes.

Con imágenes de Alejandro Vargas, Araceli Díaz. Noticieros Televisa.

FECHA:	18 DE DICIEMBRE DE 2015	SECCIÓN:	NOTICIAS	DURACIÓN:	03'16"
PERIODISTA:	SARAÍ MÉNDEZ			MEDIO:	TELEVISA
URL:	http://noticieros.televisa.com/programas-noticiero-con-joaquin-lopez-doriga/1512/cementerios-televisiones-analogicos/				

Cementerio de televisores analógicas

00:001 – Joaquín López: Hablando del Distrito Federal, en esta ciudad, unos cinco millones de aparatos de televisión, por lo menos, se van a desechar después del apagón analógico de ayer. Son televisores que contienen elementos que podrían ser dañinos para la salud y muchísima gente, no sabe, la verdad, qué hacer con ellos.

00:19 – Saraí Méndez: Fueron abiertos cuatro centros de acopio para televisores analógicos en el Distrito Federal, luego de que se realizará con éxito el apagón analógico.

El manejo correcto de esos residuos es fundamental, debido a que contienen materiales peligrosos, como plomo, mercurio y cadmio.

En la Ciudad de México podrían ser hasta cinco millones de televisores los que se desecharán.

Si usted vive en el Distrito Federal y decidió deshacerse de su televisor analógico debe acudir a alguno de los centros abiertos por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, SEMARNAT.

Éste es uno los cuatro centros de acopio para televisores analógicos instalados para las 16 delegaciones del Distrito Federal, está ubicado en la puerta uno del parque Viveros de Coyoacán.

01:05 – Reportera: Aquí en el Distrito Federal hay cuatro.

01:06 – Ricardo Ortiz Conde: En el Distrito Federal.

01:07 – Reportera: Cuatro para 16 delegaciones ¿Es suficiente cuatro centros de acopio?

01:10 – Ricardo Ortiz Conde: No por supuesto que no. En este momento se encuentran ya en negociaciones con el gobierno del Distrito Federal para poder dar ese convenio de coordinación y poder dar apertura a más centros de acopio.

01:22 – Saraí Méndez: Los otros tres centros de acopio son: uno, Almacén General central de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Calzada de las Bombas 421, colonia Los Girasoles, delegación Coyoacán; dos, Parque Bicentenario, Avenida 5 de mayo 290, colonia San Lorenzo Tlaltenango delegación Miguel Hidalgo; tres, Sustenta Bioparque Urbano San Antonio, Avenida central 300, colonia Carola, delegación Álvaro Obregón.

Estos cuatro centros de acopio estarán abiertos de manera indefinida; pero cuando sean cerrados el desecho de este tipo de residuos será nuevamente incierto.

No existe un plan nacional de disposición de residuos electrónicos. Según la SEMARNAT el acopio y disposición final de este tipo de desechos depende de cada entidad.

De acuerdo con Greenpeace, México es el principal productor de residuos electrónicos de América Latina con 1 millón de toneladas al año, 8.2 kilos por persona y pese a que el Distrito Federal es la entidad que mayor cantidad de desechos electrónicos genera, no existe claridad en la población de adonde hay que llevar esa basura.

Sólo el 10% es acopiado y reciclado de manera formal, 40% se mantiene en casa sin usar y el otro 50% es reciclado de manera informal con este tipo de compradores.

02:44: [Audio de ropavejero]

02:59 – Saraí Méndez: Las partes de los aparatos que ya ni siquiera utilizan los compradores de fierro viejo quedan en basureros, a cielo abierto donde se generan líquidos que escurren de estos conocidos como lixiviados y que contaminan la tierra y el agua misma que después usted podría beber.

Saraí Méndez. Noticieros Televisa.

FECHA:	20 DE ENERO DE 2016	SECCIÓN:	NOTICIAS	DURACIÓN:	02'36"
PERIODISTA:	AXEL SÁNCHEZ			MEDIO:	FINANCIERO TV
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=v03owrxj_de				

Reciclar televisores análogos, un negocio de 300 mdd

00:00 – Héctor Jiménez: Tras el apagón analógico millones de televisores tendrán como destino ir a la basura. Sin embargo, el gobierno ya tiene planes para reciclarlos. Axel Sánchez, nos cuenta...

00:15 – Axel Sánchez: Desde el pasado primero de enero más de 40 millones de televisores análogos dejaron de funcionar como parte de la transición a la televisión digital terrestre.

Ahora el reciclaje de estos televisores es el nuevo reto. Un reto que puede dejar a los recicladores un negocio de trescientos millones de dólares.

Las secretarías de Comunicaciones y Transportes y la de Medio Ambiente y Recursos Naturales, anunciaron un plan de reciclaje a través de quinientos cincuenta y nueve centros de acopio en diez y nueve Estados de la República Mexicana para darles el tratamiento debido a estos equipos.

00:48 – Cuauhtémoc Ochoa: Podrían existir algunos recicladores de residuos electrónicos que podrían ir a las viviendas de las personas y comprarles su tele en cincuenta, cien pesos y llevárselas. Aquí es importante que la ciudadanía también conozca lo que esto te genera en términos económicos, en términos de degradación ambiental al subsuelo. La mala disposición a estos televisores.

01:10 – Axel Sánchez: El proceso de reciclado inicia desde que cada persona lleva su televisor a los centros de acopio del gobierno federal o estatal. Ahí se curen de plástico y son guardados en bodegas donde no entre ni aire ni luz.

Después son transportados por las empresas recicladoras contratadas por las SCT, a los centros equipados para ser desarmados. El tubo de rayos catódicos es lo más peligroso de un televisor. Así se abren en máquinas especiales para que el gas que liberan no sea inhalado. Al final se limpian de restos de plomo y metal; para luego sus partes se sometan a procesos de transformación.

01:45 – Cuauhtémoc Ochoa: El plástico se mete en un proceso de plastificación para poder reutilizarlos, ya sea en otra televisión o en alguna otra materia que pueda... porque aparte, el proceso que lleva, lo que yo tengo entendido, el proceso que lleva los plásticos de la televisión no se pueden reutilizar en cualquier materia prima.

02:10 – Axel Sánchez: Al momento, el gobierno sólo ha recopilado siete mil quinientos televisores. Cada televisor se puede rehusar hasta 85% de su material como plástico y cobre.

Reind Química es la empresa que ganó la licitación para reciclar los televisores que recolecta el gobierno, pero otras empresas se pueden sumar al proceso.

Al final como indica el dicho “la basura de unos, es el tesoro de otros”.

Para el financiero Bloomberg. Axel Sánchez.

ANEXO IV. Transcripción completa de entrevistas a Edgar García, Coordinador General de Comunicación Social; y a Ángel Huerta, Jefe de Departamento de Prensa, del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Nombre: Edgar Yeman García Turincio (Edgar García).

Cargo: Coordinador General de Comunicación Social del IFT.

Fecha de realización: miércoles 28 de diciembre del 2016.

Número de sesiones: 1.

Temas: funciones de la Coordinación, descripción de la labor de esta área dentro del IFT y aspectos de la implementación de la política de transición a la televisión digital terrestre (política TDT).

Parte Uno – las funciones de la Coordinación de Comunicación Social y descripción de su área dentro del IFT:

1. ***El Estatuto Orgánico del IFT contiene lineamientos de trabajo para la Coordinación de Comunicación Social del instituto ¿sabe usted cómo se definieron dichos lineamientos? ¿usted participó en la elaboración de dichos lineamientos y del Estatuto?***

Edgar García: Sí, yo participe, yo elabore la propuesta, yo hice el draft y lo presenté al Presidente (*Comisionado Presidente del IFT*) quien a su vez tenía a una persona responsable de estar viendo todo lo referente al estatuto. Él fue quien hizo comentarios, y sobre esos comentarios se adaptó y se aprobó y se presentó al Pleno para su aprobación.

Hubo algunas cosas que en su momento fueron un poco álgidas, debo decirlo, por ejemplo, no estaba muy claro si la Coordinación General de Comunicación iba a depender del Pleno o del Presidente. Yo defendí, ese fue mi punto central, defendí que tendríamos que depender del Presidente no del Pleno. Porque no es lo mismo responde a un jefe que a siete jefes. Entonces, administrativamente dependo del Presidente. Las políticas de comunicación tienen que ser aprobadas por el Pleno, pero la ejecución es del Presidente.

2. ***¿Cuál es el objetivo de lo que dispone el Estatuto en materia de comunicación?***

Edgar García: Ante todo (*el objetivo era*) hacer un área de comunicación eficiente, moderna, alejada de vicios que pudieran presentar herencias o usos y costumbres en otras oficinas de comunicación social.

Por ejemplo, máxima efectividad en el uso de recursos, estamos hablando de poco equipo, pero altamente capacitado para poder atender lo que se requiere. Una flexibilidad para poder integrarte a diferentes temas, a diferentes proyectos, sin desatender las obligaciones básicas que marca la descripción de tu puesto. Esto es un poco funcionar como una agencia de comunicación. Entonces puedes tener muchos proyectos, pero tu sabes que tu tarea más importante es una sola, sin descuidar todo, puedes estar ahí sumado.

Proteger también el tema patrimonial, es decir, sentar las bases para evitar en la medida de lo posible o minimizar, actos de corrupción y por supuesto cuidar muchísimo la confidencialidad de la información con la que trabajamos.

3. ***¿Cuáles son (o eran cuando se creó) las necesidades del IFT en comunicación?***

Edgar García: Sí, yo ya venía desde COFETEL, muchas de las cosas ya se habían arreglado digamos, se habían solventado muchas de las carencias, sin embargo, había una gran carencia de personal porque literalmente la plantilla era muy chiquita, necesitaba crecer un poco.

Para que te des una idea eran, si no me equivoco, 12 personas cuando era COFETEL, y sube a 20 personas con el IFT. No es mucho si consideras que en el SCT hay 200 personas, en la UNAM hay 250 personas en comunicación social.

Lo siguiente es también, homologar el tema o mejorar el tema de salarios, porque la gente estaba muy, muy mal pagada. Por ejemplo, había plazas de cinco mil pesos, entonces, era muy difícil tener motivado al personal con un ingreso de ese tipo. Y para darte un ejemplo, mi chofer era chofer-mensajero y en las mañanas al acabar su trabajo de mensajería se ponía a vender películas piratas aquí mismo, en el Instituto, para completar para la quincena. Entonces, se le sube el sueldo, se mejora el sueldo, se le vuelve un chofer ejecutivo, se le capacita, se le manda a cursos y es un chofer de primera, súper eficiente. ¿Qué era lo que necesitábamos? Tener la garantía de llevar el pan a su familia.

4. *El IFT es un órgano con siete comisionados: un Presidente y un Pleno, cada instancia con sus exigencias de Comunicación a las cuales atender ¿cómo se trabaja con esta diversidad de jefes, para organizar las solicitudes y cumplir?*

Edgar García: Primero, si bien el Pleno está compuesto por siete personas, las resoluciones del Pleno son únicas, es decir, yo no me pongo a defender, la opinión o la posición de cada uno de los siete comisionados. Yo comunico lo que se aprueba o no se aprueba, nada más, no particularizo en una o en otra persona.

Segundo, los temas que se presentan en el pleno, son los temas que prepararon las Áreas Técnicas, yo trabajo con ellos permanentemente porque ellos son los voceros de los temas técnicos, ellos aparecen, ellos dan su mensaje; nosotros facilitamos, somos facilitadores, generamos el entorno, el contexto para que ellos puedan dar sus pláticas a los medios y ya.

La verdad es que cuando hay una solicitud de un comisionado en particular la atendemos con todo gusto, sin embargo, también hay que decirlo: cada comisionado maneja en lo personal su propia agenda. Por ejemplo, hay comisionados que les gusta participar mucho en medios, hay comisionados que no les gusta participar con medios de comunicación. Entonces ahí sí es voluntario, no puedes violentar, digamos los deseos y el perfil que le dan a su propia gestión cada uno de los comisionados.

5. *¿Cómo interactúa la Coordinación de Comunicación con otras áreas clave dentro del IFT?*

Edgar García: Sí, mira depende por ejemplo del tema, somos muy temáticos, hay temas en los que no, ni siquiera comunicación social puede entrar, no puede acceder a esa información, por las características de confidencialidad.

Pero, por ejemplo, normalmente me informo de algún tema que vienen para un pleno posterior, me reúno con los jefes de la unidad o los coordinadores generales y es pido que nos platicuen un poco del tema. Y entonces nosotros comenzamos a ver cuáles son las aristas, por donde pueden venir los golpes, como nos conviene comunicarlo, etcétera.

Se lo hacemos saber al responsable del tema y decidimos en conjunto cual va a ser la estrategia, y yo la comunico al Presidente y el Presidente me dice adelante o no. Pero en muchas de las ocasiones los temas son simplemente trámites. Los comunicamos vía comunicado y hasta ahí, depende mucho el perfil del tema con lo que se hace (*en acciones de comunicación*), si el tema es simple un solo comunicado y con eso basta, pero si el tema es muy álgido, damos talleres de capacitación a los periodistas para que de manera previa sepan de que se va a tratar, como va a ser. Hacemos muchos materiales de divulgación, infografías, videos, entrevistas, lo que haga falta.

6. *¿Hay dentro del IFT alguna Coordinación de Asesores o alguna instancia similar?*

Edgar García: Hay Coordinación de Asesores, si, y también hay un Secretario Técnico, pero tienen funciones diferentes. El equivalente a Secretario Técnico es el responsable de coordinar a las áreas técnicas. El Coordinador de Asesores coordina a los asesores del presidente. Son tareas diferentes y complementarias.

7. ¿En alguna de estas dos áreas hay alguna actividad que se llegará a cruzar con lo que hace comunicación social?

Edgar García: Ellos de pronto tienen relación con inversionistas, entonces es natural que de pronto hay información que se da a conocer por otras vías y que no fue comunicación social, igualmente, ellos tienen todas las relaciones con autoridades, con otras instancias y ocasionalmente es posible que alguna de esta información trascienda a medios, pero lo trabajamos muy bien y creo que están claramente delimitadas las funciones de uno y de otro. Cuando llegan a tener un problema nos hablan y nosotros lo atendemos.

Te diría y viceversa, pero nosotros no los afectamos realmente a ellos en lo que hacen.

8. ¿Comunicación Social se hace cargo también de Asuntos Públicos y cabildeo con legisladores o eso lo realizan otras áreas?

Edgar García: No, eso lo ven (...) en la Coordinación General de Vinculación Institucional (*no Coordinación de Asesores*) y el otro que te decía del "Área Técnica" se llama Coordinación Ejecutiva.

9. ¿Hay proveedores de algún servicio de comunicación, relaciones públicas en su área?

Edgar García: No, tengo un proveedor de monitoreo, tengo un proveedor de software, o tuve un proveedor de software, mejor dicho, para redes sociales y ya terminamos contrato. Tengo un proveedor de creatividad para las campañas publicitarias y tengo un proveedor de medios para colocar los espacios publicitarios en los lugares adecuados. Esos son los proveedores que tengo.

10. ¿Las actividades que realiza tu área cubren perfectamente los requerimientos y no es necesario trabajar con un proveedor?

Edgar García: Es correcto, además de que técnicamente no hay en el mercado quien nos pueda ayudar porque quien tiene el conocimiento técnico no posee las habilidades de comunicación, ni conoce la técnica, ni tiene las relaciones y al contrario quien tiene todo el conocimiento técnico de comunicación, no conoce absolutamente nada de telecom (*telecomunicaciones*). Entonces es muy difícil que pueda ayudarnos.

11. En su experiencia ¿cuál sería la diferencia sustancial entre la oficina de comunicación social de una institución gubernamental (como una Secretaría) y la de un órgano autónomo como el IFT?

Edgar García: Primero las oficinas de comunicación social de las Secretarías de Estado tienen mucha más coordinación de dependencia de otras entidades, por ejemplo, Secretaría de Gobernación, Presidencia de la República, etcétera. Los autónomos no tenemos eso, los autónomos verdaderamente somos autónomos, si queremos serlo.

Otro asunto es el tema del dinero, (...) mis licitaciones son públicas, internacionales, soy transparente, digamos. Las Secretarías, hay más discrecionalidad, diría. Y finalmente, vinculado a esto, por ejemplo, yo no tengo un Área Administrativa, hay un enlace que le reporta al área de administración, pero en las Secretarías de Estado tienen a su propio Coordinador

Administrativo que depende del Director de Comunicación. Es a lo que me refiero con que es más discrecional.

12. ¿Qué acciones de difusión realiza actualmente la Coordinación de Comunicación Social? (publicidad, relaciones públicas, otras).

Edgar García: Por las fechas, ahorita no estoy trabajando más que en los planes del año que entra.

Normalmente son las dos vías, siempre es paralelo todo, nosotros estamos trabajando (...) pedimos a mediados de año a todas las áreas técnicas que nos digan cuales son los temas susceptibles de ser comunicados, es decir, a ellos que les interesaría que la población conociera. De las listas que ellos nos mandan nosotros elegimos, le sometemos una lista al presidente y el presidente define cuales son las campañas que van.

Vamos a empezar con una que va en el primer trimestre del año que entra; pero de manera paralela yo estoy trabajando, por ejemplo, en temas de divulgación de conceptos del sector para que el gran público los conozca. Entonces, por ejemplo, si la gente, oye: “es que la portabilidad numérica”, “la gente sigue pagando mucho dinero o recibiendo un mal servicio”, creemos que es porque no necesariamente lo conocen (*en qué consiste el tema*).

Entonces ¿qué hacemos? Ayudarle. Entonces, estamos trabajando con algunos elementos, si, de relaciones públicas (...) o ejecuciones de relaciones públicas para que ellos las conozcan y puedan eventualmente tomar decisiones informadas.

13. ¿Por qué alcanzar a la opinión pública en general?

Edgar García: En Gobierno, cualquier área de gobierno es clave que los gobernados sepan que está haciendo la autoridad. Un órgano autónomo (*el IFT*) que está cambiando literalmente la forma de operar y actuar de un sector que estuvo parado más de 20 años (*debe operar sus políticas*) comunicando. Hay cosas como cambios de tarifas, de planes, los derechos de los usuarios, etcétera, etcétera, que la única manera (*de fomentar*) que pueden hacer uso de estos derechos (*los usuarios*) es conociéndolos, y nuestra labor es acércales la información para que ellos tomen las mejores decisiones.

14. ¿A qué públicos se dirigen y/o a qué segmentos?

Edgar García: Al “círculo rojo” y población en general, porque al final para mi es exactamente lo mismo el señor que usa su celular en el campo al que usa su celular en la ciudad, tienen el mismo derecho ambos. Lo que tengo que explicarles es cuál es ese derecho y ellos decidirán si lo ejercen o no. Mi deber es explicárselos de la forma más fácil.

El círculo rojo es: políticos, periodistas, otro tipo de tomadores de decisiones a los que se le envía información de vía o por maneras diferentes.

15. ¿Cómo miden los resultados del trabajo en la Coordinación de Comunicación Social?

Edgar García: Encuestas, estudios de opinión, post campañas, por ejemplo, es uno de los mecanismos que más usamos y hacemos análisis de la prensa, de redes sociales: diario; de prensa: semanalmente, mensualmente.

16. ¿Dependiendo del tema se arma un esquema de herramientas para hacer el análisis?

Edgar García: No, nosotros hacemos un análisis metodológicamente idéntico, para que no haya variación de sesgos. Lo que sí hacemos es que viendo el tema calculamos o consideramos

que pueden crecer o disminuir el número de notas, pero el análisis tiene el mismo fondo y el mismo sentido.

Parte Dos - sobre la implementación de la política TDT:

1. ¿Cómo se proyectó o planificó la comunicación de la política TDT?

Edgar García: Nosotros sabíamos que por ley tenías que avisar (*la institución*) un mes antes, 20 días antes, al menos 20 días antes. Entonces, nosotros teníamos que informar a la población.

No podía hacerlo antes porque el Pleno es el que se manifiesta. Entonces lo que hice fue primero campañas de calentamiento a nivel nacional, viene esto (la transición TDT), están en YouTube, las puedes encontrar. Mira por ejemplo...
[https://www.youtube.com/watch?v=_RTllhJ4oz4]

(Audio 1 campaña TDT): “¡Y el ganador es: tu ciudad! ¡Porque ahora disfrutarás de la televisión digital terrestre completamente gratis! Solo necesitas un televisor digital o conectar un decodificador a tu televisor analógico, en ambos casos: ‘una antena’. Si tienes servicio de TV de paga, la TDT no cambiará la forma en que ves televisión ¡No te quedes fuera!... Infórmate y prepárate, la señal digital ya está aquí es gratis, es de todos... Instituto Federal de Telecomunicaciones”.

Edgar García: Aquí poníamos en las plaquetas (*supers*) la fecha y la hora de la ciudad dependiendo (*donde se transmitiría*). El comercial era el mismo a nivel nacional.

Edgar García: Hay otro...

[Video referido*: <https://www.youtube.com/watch?v=0FHTcuNWEK0>]
[Mismo video, sitio oficial: https://www.youtube.com/watch?v=6QcP9Bu_hjk]

(Audio 2 campaña TDT): (...) “Si te gusta la televisión, la televisión digital terrestre te va a encantar... porque ahora te ofrece más ventajas, como mejor calidad de audio y video... más canales, algunos en HD... y la posibilidad de disfrutar de otros beneficios completamente gratis... Infórmate y prepárate... La señal digital ya está aquí. Es gratis, es de todos... Instituto Federal de Telecomunicaciones.”.

Edgar García: Ese es el primero, hablas de los beneficios. Este está grabado de la tele*, alguien lo grabó, no es el nuestro. No tiene la calidad de nosotros. Si te fijas aquí lo que haces es hablar de las ventajas, las bondades. Infórmate y prepárate. Y los canalizas al sitio de internet en donde tenemos toda la información.

Por supuesto hay un montón de entrevistas a nivel nacional en nuestros voceros, eso es para que la gente empiece a sensibilizarse. Después ya entras a lo específico, que necesitas (*como usuario*) para que se vea: esto y esto, y (*la información de*) cuándo es en tu ciudad.

Las reuniones eran permanentes a nivel interno con el equipo, con los técnicos, la gente de vinculación, etcétera. Salíamos en programas de señoras, hacíamos capsulas para internet. Era masivo, todo el tiempo en todos lados.

2. ¿Qué resultados tuvo el plan de comunicación de la política TDT?

Edgar García: Te voy a decir una cosa nada más para que lo dimensiones, en algunos casos los resultados son equivalentes a una campaña de Coca Cola, que siendo gobierno (la campaña de difusión de política TDT) es un fenómeno. (*La Coordinación de Comunicación facilitó materiales con que miden resultados*).

3. En el arranque del “apagón analógico”, en Tijuana ¿hubo problemas de implementación? ¿alguna situación que detonara la actitud de los medios (como las televisoras) de criticar a la otrora COFETEL?

Edgar García: Sí, por ejemplo, empezaron a sacar cintillos (*supers durante la transmisión cotidiana de las televisoras abiertas*) anunciando que, si se iba la señal era responsabilidad del gobierno y de la COFETEL; entonces la gente iba a protestar a la Presidencia Municipal. Lo que hicieron fue “calentar” a la población contra la decisión de la COFETEL de llevar a cabo el programa de transición a la televisión digital.

Que curiosamente ya este año concluyó, hay unos boletines, si los puedes checar, fueron de los últimos de este año, donde (*se informa que*) ya se concluye (*el proceso, abarcando a*) las (*televisoras*) de baja potencia que faltaban, se apagaron este diciembre, bueno el 31 se apagan las últimas.

4. Era de esperarse este tipo de acciones de las grandes televisoras, pero ¿hubo también manifestaciones en otros medios, impresos, radio?

Edgar García: Sí, bueno por supuesto, muchos de los jugadores (*periodistas, colaboradores*) de medios impresos o de radio trabajan para las televisoras. Los mismos radios son regulados, entonces cuando no les gustaba: pegaban, o cuando no les gustaba a sus patrones de otros medios: pegaban. Muy pocas veces hubo llamados aquí (a la Coordinación de Comunicación) para informarse adecuadamente. Yo no recuerdo uno sólo a decir verdad.

5. ¿Cuál fue la postura de la COFETEL ante las críticas publicadas en medios en ese entonces, alguna postura genérica? A groso modo ¿qué acciones de contención se realizaron?

Edgar García: Lo que pasa es que, a ver nosotros, nuestro posicionamiento era el de las bondades y las ventajas de hacerlo (*la aplicación de la Ley y la política*). No reaccionábamos en particular a uno u a otro, si aclarábamos y les decíamos que los íbamos a sancionar si ellos sacaban esas cosas (*uso de mensajes que contravenían la Ley y política TDT*). Pero no dar una explicación a nadie en lo particular.

Era un tema muy hablando, no fue así sorpresivo, (*los regulados, las televisoras*) no se podían decir mal informados.

Es que la mayoría de lo que decían eran mentiras, por ejemplo, decían cerca de 700 personas se reunieron afuera del hotel donde va a ser la inauguración del evento (*de lanzamiento de política TDT*) para protestar, no era cierto, yo estaba ahí. Salía y tomaba con mi teléfono (*imagen, reporte*), no había una persona.

Intentaron enviar, bueno no intentaron, enviaron a algunas personas con la finalidad de romper nuestro evento, ya en la inauguración: quisieron entrar violentamente y no se les permitió el acceso. Se acabó, no hubo más. Pero lo que decían eran mentiras.

6. ¿Cómo fue el trabajo de coordinación entre la Coordinación de Comunicación Social con otras instancias dentro del IFT durante la implementación del TDT?

Edgar García: Todo el tiempo con la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales que el responsable del programa; con ellos estábamos reunidos al menos una vez a la semana, viendo los temas, generando entrevistas, aprobando campañas, discutiendo nuevos caminos creativos. Y como es natural de pronto se presentan fricciones porque no concuerdas con los puntos, y ahí era donde la Coordinación Ejecutiva nos ayudaba y fungía como medidor y se resolvían los temas, y seguía adelante todo.

7. *¿Realizaron alguna medición sobre las publicaciones que detectaban, igual sobre sus publicaciones positivas?*

Edgar García: Siempre se realiza análisis.

8. *¿Tuvieron algún balance al cierre de Tijuana (2013) y luego al cierre de 2015?*

Edgar García: Si, a ver, no recuerdo los resultados, pero seguramente fueron positivos por el tipo de acciones que realizamos. Pero el análisis es el mismo desde que yo llegue. Se implementó ese análisis cuando yo llegue y ha seguido a la fecha. Desde COFETEL eso no ha parado y se sigue haciendo.

9. *¿Cómo realizaron la identificación de actores, qué herramientas utilizaron? ¿Qué acciones realizaron al identificar a los actores?*

Edgar García: La lectura de medios, análisis de contenido, análisis de discurso. Los vinculabas con grupos de interés y ya tenías lista la respuesta.

10. *Ahora que ya se concluyó el apagón analógico ¿hay algún diagnóstico sobre nuevas problemáticas en materia de comunicación?*

Edgar García: Ningún país del mundo ha transitado al cien por ciento, ni Estados Unidos. En Tijuana transitamos al 96 y fracción por ciento. Vino gente de Brasil y de otros países para ver como lo habíamos hecho. México es un modelo a nivel mundial de cómo se ha hecho este proceso.

Con el apagón ya siendo el IFT, la ley nos mandaba que no podíamos apagar si no teníamos al menos el 90 por ciento de penetración, estamos hablando de 9 de cada 10 personas y muchos porque no transitaban, porque no estaban en su domicilio para cambiar el equipo, porque no tenían interés, nunca abrieron la puerta, porque, sorpréndete, no hay señal eléctrica en donde están, entonces, existe la casa, esta censada, pero para qué diablos le das una televisión o un decodificador si no tienen luz eléctrica.

Lo que hizo México es un modelo que se estudia en otros países para hacerlo. Creo que ese es el mejor indicador del éxito. La gente, nada más para dimensionarlo, en el primer esquema, en el esquema de Tijuana cuando era COFETEL, iban (*técnicos*) y se le ponían a la gente antenas y un codificador. Cuando fue IFT, se les dio, no nosotros, sino la SCT dio televisiones.

Los dos esquemas, si me preguntas son buenos, cada uno con diferentes costos y diferentes ventajas y desventajas. Pero en ambos casos tú veías a la población literalmente volcada para recibir el beneficio. Unos esperando su televisión, otros esperando (*que*) visitaran su casa para que les instalaran un decodificador y una antena.

Entonces, la mejor respuesta que te puede dar una campaña es la acción, las campañas, si bien son informativas, también son un llamado a la acción, aquí la acción era: ayúdanos (*a la autoridad responsable del TDT*), o sea, ve por tu tele, ayúdanos en el proceso de transición o permite que el verificador pase y te instale la antena y en ambos casos fue correcto, pasó.

11. *En términos de los beneficios que comenta ¿tienen proyectado o están realizando algún análisis de lo que se está logrando con la implementación de la política TDT, en términos por ejemplo de cosas fundamentales en las que está basada esta política?: desarrollo económico, alcanzar Objetivos del Milenio, derechos humanos, derecho de la gente a obtener acceso a la información...*

Edgar García: Todo y te doy unos ejemplos bien rápidos: primero, la gente antes tenía acceso a uno pocos canales de televisión, ahora con su decodificador la gente lo pone en buscar y

puede encontrar muchísimos más canales. Puedes hacer lo que se llama “multiplexar”, entonces ya no solo ves el Canal Once, puedes ver el Once, Once Punto Uno, Once Punto Dos, Once Punto Tres, hay Once Niños, etcétera, y como esos, también las (*televisoras*) comerciales.

Se dio entrada a un nuevo jugador de televisión, Cadena Tres, hace más de veinte años no había un jugador nuevo en televisión (*abierto*). Eso para la gente es más diversidad. Va a haber más fuentes de empleo y más dinero al Estado a través de (*pago de*) la concesión.

Se está licitando ahorita lo que puede ser o una cuarta cadena nacional o cadenas regionales, también gracias a esto y ese espectro que se limpió se va a utilizar para la red compartida, la famosa “banda 700”.

Entonces ¿eso que garantiza?: mayor internet y conectividad para los mexicanos, muchos de ellos gente que vive en localidades remotas; va a cubrir, se espera que arriba del 80 por ciento de todo el territorio nacional, lo cual de alguna manera garantiza casi como un derecho humano el acceso al internet.

Por supuesto que este programa es clave para el desarrollo de este país, más allá de todos los ataques que pueda recibir el Gobierno (*Federal*) en este momento, la historia va a ser clarísima: esta reforma y lo que se ha hecho con esta reforma es un motor económico para México, el dinero que ha entrado a este país gracias a la llegada de AT&T, gracias a las licitaciones tanto de radio como de televisión y demás, es dinero que la gente tal vez no ve en físico, pero que se aplica para mantener la estabilidad del tipo de cambio o es dinero que se utiliza para obras sociales, es decir, es dinero bien utilizado.

Parte Tres – elementos adicionales sobre la interacción de la Coordinación de Comunicación con el funcionamiento del IFT, y la participación de aquella en la elaboración de políticas públicas, y detección de sus detractores:

1. Antes de crearse el IFT ¿cómo era la comunicación de la COFETEL? ¿qué diferencia destacaría entre el trabajo de comunicación del COFETEL y el del IFT?

Edgar García: Ahora, tenemos un mejor equipo de diseño lo que nos permite hacer más trabajo visual y gráfico, nuestra gaceta ya es electrónica, (*ya*) no es física, hacemos animaciones, trabajamos mucho en redes sociales gracias al trabajo de nuestros diseñadores. Antes ni siquiera existía el área de redes sociales, ahora sí, hay una Jefatura de Departamento, entonces le damos mucha más atención a redes sociales.

No existía un área de análisis, se creó una Subdirección de Análisis y se fortalecieron las áreas existentes.

2. La Coordinación de Comunicación ¿participa activamente en el diseño e implementación de políticas públicas del instituto? (están a la expectativa o son participantes)

Edgar García: Somos sumamente activos. Digamos que nosotros vemos lo que viene en medios, lo comparamos con lo que sabemos técnicamente que viene aquí y hacemos sugerencias, si bien es cierto que no interferimos en lo técnico, nosotros sí podemos apoyar diciendo o sugiriendo *tiempos*, sugiriendo acciones concretas y sugiriendo canales también para informar a nuestros públicos.

3. ¿Se refiere a “tiempos” en cuestiones mediáticas o en cuestiones de clima social, contexto político?

Edgar García: Ambas, porque nuestro deber es estar informados de lo que está pasando y saber cuál es el mejor momento para dar a conocer cierta información.

4. ***Evidentemente han detectado que ciertos actores y empresas reguladas (como las televisoras en el caso TDT) que utilizan sus medios para criticar al IFT. ¿Qué buscan con sus críticas? (detener al Instituto, detener la política que les afecta).***

Edgar García: No es un tema exclusivo del Instituto, cuando eres el árbitro o juez en algún sector o en algún deporte, tus resoluciones de manera natural van a afectar a alguien, pueden beneficiar o no a un tercero, pero sin duda van a afectar a alguien. Entonces no puedes esperar que, a esos (actores) a los que afectas sus intereses hablen bien de ti. Tu deber es estar preparado para enfrentar esta situación y atenderla de la mejor manera.

5. ***Para motivos de análisis, ¿la Coordinación realizó algún compendio de actividades, (por ejemplo, de Televisa), en contra del IFT? (En ausencia ¿hay algún caso emblemático?)***

Edgar García: Damos seguimiento, a lo que nosotros llamamos “nadadores” o “nado sincronizado”, gente que se mueve en torno a una misma línea de ataque y sí, los documentamos de una manera permanente.

6. ***¿En qué consiste este movimiento de “nadadores” o “nado sincronizado”?***

Edgar García: Por ejemplo, una vez, hay un artículo de Mony de Swaan, que vale la pena que lo recuperes de alguna página de internet donde menciona esto, llego con Mony en la mañana y le digo: 13 columnistas nos están atacando por la misma cosa, en el mismo sentido, fondo e intención y pues es obvio que “van cargados los dados”; y me dice “¿por qué?”, y le dije: checa el lenguaje, todos sin excepción utilizaban el concepto “bola rápida”, o sea, ni siquiera se molestaron en cambiar la verbalización del ataque. Fue casi un *copy-paste* de algo que les pasaron y ese día metí trece aclaratorias en diferentes medios pegándoles por eso.

7. ***¿Recuerdas el tema de esas 13 columnas, como caso emblemático?***

Edgar García: No, pero lo puedes encontrar en los boletines.

8. ***¿Era COFETEL o IFT?***

Edgar García: Esa era COFETEL, porque la contestó Mony de Swaan.

También ha habido en *(la época del)* IFT, pero no las contestamos así, a partir de ahí comenzaron a cuidarse un poquito más.

9. ***¿Qué sería “cuidarse más”?***

Edgar García: Ya no hacen *copy-paste*, intentan *refrasear*, y por ejemplo, las frases exageradamente llamativas o recordables con las que su *proveedor de información* les identifica un ejemplo o les manifiesta un ejemplo, pues ahora intenta cambiarlas (*redactarlas diferente*). Seguimos viendo lo mismo, pero al menos ya no son tan burdos.

Nombre: Ángel Huerta.

Cargo: antes Analista de Información (COFETEL 2012-2013), posteriormente Jefe de Departamento de Prensa, de la Coordinación de Comunicación Social del IFT.

Fecha de realización: miércoles 28 de diciembre del 2016.

Número de sesiones: 1.

Temas: labores y herramientas de análisis de redes sociales.

1.- ¿Cuáles son tus funciones actuales?

Ángel Huerta: Actualmente estoy apoyando tanto al equipo de Prensa como al Área de Contenidos Digitales y mi principal función es revisar el contenido en redes sociales desde su publicación y la creación del contenido.

Eso junto con estar enviando un reporte de información, es decir, estar a cargo del monitoreo de información digital o en portales que tengan relación con el Instituto Federal de Telecomunicaciones y con los comisionados.

2.- ¿Detectas palabras o como haces la definición del monitoreo?

Ángel Huerta: Sí, digo, puede ser a través de *key words* en el Instituto y llevar una cuestión temática: una relación de temas importantes que se van a abordar dependiendo del calendario, también estar muy pendiente de actores o instituciones como la Cámara de Senadores, Cámara de Diputados y sus principales Comisiones que tengan relación con nosotros, junto con empresas o compañías que tengan que ver o que se esté discutiendo algún tema con nosotros. Pero principalmente a través de palabras clave.

3.- Tú que estuviste tanto en la COFETEL como ahorita en el IFT ¿Qué diferencias notas en el área de Comunicación Social?

Ángel Huerta: A bueno, son mejoras sustanciales en el sentido en que anteriormente, la comunicación o los comunicados que se emitían eran menos que los que se emiten ahora; ahora veo que se están atendiendo una mayor solicitud(es) entre las áreas: se reciben de diversas áreas y se emite un comunicado a la semana, yo creo que mínimo han de ser dos o tres, cosa que no se hacía y el principal objetivo de un área de comunicación es eso, estar difundiendo información y asegurando la percepción ante el exterior, medios externos, opinión pública.

Es una mejora sustancial, y creo que en la distribución de funciones; antes no había un mayor peso en contenidos digitales, tal vez; ser más incluyentes, por ejemplo, hay publicaciones en braille que abordan un poco más a esas personas con ciertas discapacidades y, pues pensar en otros sectores, en cómo se puede difundir la información en la población, en campañas constantemente, en la campaña que tocó ahora con el apagón analógico, con la reprogramación de canales y eso veo que está causando mayor impacto aparte de la organización que se tiene.

4.- En términos de tu monitoreo cotidiano ¿divides tu análisis en menciones positivas, negativas o cómo haces la categorización de lo que estás recibiendo?

Ángel Huerta: Eso comienza tal vez en Cofetel, sí, se hacía un reporte mensual, efectivamente, era una labor diaria en que nosotros recibíamos toda la información por parte de una carpeta, un monitoreo diario y se iba catalogando por temas, tanto por temas, como por tendencia negativa, positiva y neutra, eso en COFETEL, para tener una percepción tanto del Instituto como del anterior Comisionado Presidente y era una valoración mensual, tanto de cobertura de medios: podíamos saber si El Universal, El Financiero o por periódico tenía mayor cobertura con nosotros, igual cualquier emisora, quién brindaba mayor cobertura al Instituto, a COFETEL en ese entonces y de igual manera quienes eran los columnistas que más le pegaban y quienes estaba con temas que podían impulsarse.

Actualmente se hace un monitoreo diario del IFT, igual con una valoración neutra y negativa, en este sentido para ver qué temas son los que están causando una percepción negativa en los medios.

5.- Me imagino que a tus jefes inmediatos les das un reporte de una forma, pero a los Comisionados, si tienen interés en conocer algo, les generas una herramienta más ejecutiva ¿es esto cierto o es el mismo material para todos?

Ángel Huerta: Se trabaja, en este sentido ahorita estamos laborando algo similar. El trabajo es diario, el reporte es diario. Finalmente, para una presentación ejecutiva sí tiene que ser de menor extensión y tiene que ir abordando los ejes torales.

Ellos por el tiempo que tienen tendrán que estar revisando una menor extensión de presentaciones, prácticamente cuáles son los temas que se abordaron y ahorita estamos preparando algo similar.