

*Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México* reúne la contribución de importantes líderes de opinión, legisladores, expertos, dirigentes de empresas del sector, académicos e investigadores nacionales e internacionales que respondieron a la invitación de Rodrigo Pérez-Alonso y Ernesto Piedras en torno a la necesidad de contar con una política de Estado para que México aproveche el enorme potencial que deriva del uso de las TIC en las áreas estratégicas para el desarrollo como la educación, la salud, productividad, los servicios públicos y privados y el acceso a mejoras sustanciales y permanentes en el nivel de vida de los ciudadanos. En un terreno tan fértil y tan innovador como el de las TIC, este libro aporta un balance entre el pasado y el presente así como una clara prospectiva sobre los temas que deben ser abordados para el crecimiento sostenido de nuestra economía.



**ERNESTO PIEDRAS FERIA.** Economista (ITAM-London School of Economics), Director General de The Competitive Intelligence Unit ([www.the-ciu.net](http://www.the-ciu.net)), especializada en el análisis del mercado y la regulación de las telecomunicaciones. Además de haber trabajado en la industria de las telecomunicaciones, ha desempeñado diversos cargos en la administración pública. Miembro del Consejo Consultivo de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofete).

Autor de diversos libros, artículos, ensayos, documentos de trabajo y capítulos en libros colectivos. Líder de opinión en medios de comunicación, con presencia regular en radio, televisión y prensa escrita.

Entre sus actividades académicas, destaca su actividad como Profesor de Asignatura desde 1997 en la Licenciatura en Economía y Maestría en Políticas Públicas del ITAM en donde ha coordinado el Diplomado en Análisis del Mercado de las Telecomunicaciones. Profesor de Maestría en la Universidad de Guadalajara y Coordinador del Programa de Investigación en Telecomunicaciones del CIDE, del 2002 al 2005.



**RODRIGO PÉREZ-ALONSO GONZÁLEZ.** Estudió la Licenciatura en Derecho en el ITAM y una Maestría en Políticas Públicas en Londres, Inglaterra, en University College London. Ha trabajado en diversos despachos jurídicos como abogado en las áreas de propiedad intelectual, litigio administrativo y de amparo.

En el 2009, fue electo Diputado Federal por el Partido Verde Ecologista de México, representando a la segunda circunscripción. Preside la Comisión Especial de Acceso Digital, es Secretario en la Comisión de Economía e integrante en las Comisiones de Cultura y Justicia.

Activo impulsor del sector de las telecomunicaciones y tecnologías de la información. Desde el 2009, participó en la formulación de la propuesta de Agenda Digital Nacional (ADN) con representantes de las principales cámaras de la industria de TICs, legisladores, académicos y analistas del sector. El documento final fue presentado en Abril de 2011 al Secretario de Comunicaciones y Transportes, al Rector de la UNAM y al Presidente de la COFETEL, entre otros.

Ha participado como conferencista, orador o invitado especial en diversos congresos, seminarios y talleres a nivel nacional e internacional convocados por organizaciones empresariales de tecnologías de la información y comunicación (TICs) como la CANIETI, AMIPCI, ANADIC y AMITI, organismos internacionales de la talla de la OCDE, la UIT y el Consejo de las Américas, el Gobierno de Taiwán, el Gobierno Federal, Gobiernos Estatales y la Escuela de Gobierno de J.F. Kennedy en la Universidad de Harvard, entre otros. Participó como orador en World Economic Forum (WEF) para Latinoamérica.

Desde 2010 es articulista quincenal del periódico *Excélsior*, periódico de circulación nacional, en donde analiza temas de tecnologías de la información y telecomunicaciones.

Miembro del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) y del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET).



## Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México



# Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México

**Rodrigo Pérez-Alonso y Ernesto Piedras Feria**  
Coordinadores



Orientaciones de Política Pública

# Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México



# **Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México**

Rodrigo Pérez-Alonso y Ernesto Piedras Fera



CONSEJO EDITORIAL  
CÁMARA DE DIPUTADOS

## CONSEJO EDITORIAL

### PRESIDENCIA

GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRD

**Dip. César Francisco Burelo Burelo**

Titular

**Dip. Teresa Del Carmen Incháustegui Romero**

Suplente

GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRI

**Dip. Armando Jesús Báez Pinal** Titular  
**Dip. Blanca Juana Soria Morales** Suplente

GRUPO PARLAMENTARIO DEL PVM

**Dip. Lorena Corona Valdés** Titular  
**Dip. Diego Guerrero Rubio** Suplente

GRUPO PARLAMENTARIO DE NUEVA ALIANZA

**Dip. Roberto Pérez De Alva Blanco** Titular  
**Dip. Liev Vladimir Ramos Cárdenas** Suplente

GRUPO PARLAMENTARIO DEL PAN

Titular **Dip. Laura Margarita Suárez González**  
Suplente **Dip. César Daniel González Madruga**

GRUPO PARLAMENTARIO DEL PT

Titular **Dip. Porfirio Muñoz Ledo**  
Suplente **Dip. Pedro Vázquez González**

GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO  
CIUDADANO

Titular **Dip. María Guadalupe García Almanza**  
Suplente **Dip. Jaime Álvarez Cisneros**

Secretario General

**Dr. Fernando Serrano Migallón**

Secretario de Servicios Parlamentarios

**Lic. Emilio Suárez Licona**

Dirección General de Documentación, Información y Análisis  
Centro de Estudios de las Finanzas Públicas  
Centro de Estudios de Derecho e Investigaciones Parlamentarias  
Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública  
Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria  
Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género

Secretario Técnico del Consejo Editorial

**Lic. Edgar Piedragil Galván**

El Consejo Editorial de la H. Cámara de Diputados de la LXI Legislatura edita esta publicación, *Una Agenda Digital: Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información en México* de Rodrigo Pérez-Alonso y Ernesto Piedras Fera. Cámara de Diputados, LXI Legislatura. Av. Congreso de la Unión N°. 66, Col. El Parque, Delegación Venustiano Carranza, C.P. 15960, México, D.F. Abril, 2012.

Dr. Fernando Díaz Montiel  
Investigador Nacional Nivel I, CONACYT  
Doctor en Ciencia Política  
*Coordinación Editorial de la Obra*

Act. Adriana Beltrán Mallen  
Maestra en Economía, ITAM.  
*Revisión Técnica y Creadora del Concepto*

Mtro. Carlos A. Patiño Calderón  
Secretario Técnico de la Comisión Especial de Acceso Digital  
*Apoyo Técnico*

Lic. Lilia Ramírez Orozco  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual  
*Diseño de la Portada y de la Obra*

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

# Índice

<b>PRÓLOGO</b>	<b>13</b>
<b>CAMBIO SOCIAL Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN(TIC)</b> Hyeon-Kon Kim, Director de la Agencia para la Sociedad de la Información en Corea del Sur	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>21</b>
Rodrigo Pérez-Alonso González Ernesto Piedras Fera	
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>LA CONTRIBUCIÓN DEL PODER LEGISLATIVO A LA INSTITUCIONALIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DE ACCESO DIGITAL</b>	
La Ley Federal de Gobierno Electrónico: Expansión de los Derechos Ciudadanos y Fortalecimiento de la Gobernanza Digital <i>Rodrigo Pérez-Alonso González, Diputado Federal, LXI Legislatura</i>	<b>37</b>
Apertura Digital para los Ciudadanos.Las Políticas Públicas mediante la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) <i>Roberto Albores Gleason, Diputado Federal LXI Legislatura</i>	<b>51</b>
Tecnologías de la Información y Comunicación en los Sistemas de Salud y Educación de México. <i>Tomás Gutiérrez Ramírez, Diputado Federal LXI Legislatura</i>	<b>63</b>
Competitividad Laboral en el Contexto de las Tecnologías Digitales de Comunicación <i>Francisco Hernández Juárez, Diputado Federal, LXI Legislatura</i>	<b>75</b>

<b>El Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Jóvenes y en la Educación</b>	<b>91</b>
<i>Entrevista realizada por Fernando Díaz Montiel a María Del Pilar Torre Canales, Diputada Federal, LXI Legislatura</i>	

## **CAPÍTULO 2**

### **POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA EFICIENCIA Y LA COMPETITIVIDAD**

<b>El Desarrollo de Clusters Estatales: Innovación, TIC y Políticas Públicas</b>	<b>101</b>
<i>Lic. Rodrigo Medina de la Cruz, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano De Nuevo León</i>	
<b>Un Camino Hacia Una Agenda Digital Estatal. Experiencias y Perspectivas</b>	<b>113</b>
<i>Lic. Mario Anguiano Moreno, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de Colima</i>	
<b>Agenda Digital; El Primer Paso hacia la Modernidad</b>	<b>127</b>
<i>Gonzalo Martínez Pous, Comisionado de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL)</i>	
<b>El Presupuesto de Egresos de la Federación: Análisis y Diagnóstico del Gasto en Tecnologías de la Información y Comunicaciones en México</b>	<b>143</b>
<i>Adriana Beltrán Mallen, Cámara de Diputados</i>	
<b>Prosoft 2.0: Avances, Retos y Perspectivas en el Desarrollo del Sector de Servicios de Tecnologías de la Información en México</b>	<b>157</b>
<i>Claudia Ivette García Romero, Directora General de Comercio Interior y Economía Digital. Secretaría De Economía</i>	
<b>Los Modelos de Comunicación Pública en los Ordenamiento Jurídicos en Radio, Televisión y Medios Digitales</b>	<b>177</b>
<i>Fernando Díaz Montiel, Escuela Libre de Derecho de Puebla A.C</i>	

### CAPÍTULO 3

#### IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS TIC EN MÉXICO

- El Sector Empresarial, la Innovación y el Desarrollo Tecnológico 203**  
*Juan Alberto González, Presidente de la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información (AMITI) y Director General de Microsoft México*
- Políticas Públicas para la Competencia y Competitividad en Telecom 221**  
*Ernesto Piedras Feria, Director de The Competitive Intelligence Unit*
- La Política Pública de Promoción Empresarial en Materia de TIC y su Impacto en el Acceso Digital de los Mexicanos 241**  
*Mauricio Braverman, Presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)*
- El Impacto de las Nuevas Tecnologías en el Desarrollo de los Países. El Papel de la Empresa Privada 257**  
*Julio César Vega Gómez, Director General de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)*
- MiPyMEs e Incorporación de TIC: Falta de Penetración y Alineación Tecnológica para el Futuro de México 273**  
*Gonzalo Rojon González, The Competitive Intelligence Unit*

### CAPÍTULO 4

#### LAS AGENDAS DIGITALES EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

- La Tecnología Rebelde como un Paradigma Nuevo y Valiente 291**  
*Matthew Miszewsky, Director General de Gobierno Global en Microsoft*
- Las TIC en la Competitividad y el Desarrollo de México, una Perspectiva desde la OCDE 309**  
*José Antonio Ardaín, Director del Centro de la OCDE en México para América Latina*

<b>El Papel de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el Desarrollo Económico y Social</b>	<b>323</b>
<i>Raúl Katz, Director de Investigación de Estrategias de Negocios, Columbia Institute for TeleInformation, Columbia Business School</i>	
<b>Educación Conectada: Cuatro Pilares para cambiar el concepto de la Educación en un mundo conectado</b>	<b>345</b>
<i>Peter Wiegandt, Presidente para Latinoamérica y Caribe, DELL.</i>	
<b>Acceso y Agenda Digital en la Unión Europea: el caso de España</b>	<b>355</b>
<i>Patricia Marenghi y Ángel Badillo Matos, Universidad de Salamanca</i>	
<b>Colaboración Público-Privada en el Desarrollo de Agendas Digitales Nacionales: Factores Habilitadores vs Inhibidores</b>	<b>379</b>
<i>Roberto Martínez Yllescas, Consultor y Analista</i>	
<b>Políticas Públicas comparadas: México-Chile en el campo de las Agendas Digitales</b>	<b>389</b>
<i>Carlos A. Patiño Calderón, Secretario Técnico de la Comisión Especial de Acceso Digital. LXI Legislatura, Cámara de Diputados</i>	

## **CAPÍTULO 5**

### **DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS: LA SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS EN CONJUNCIÓN CON LA INNOVACIÓN Y LA POTENCIACION DEL TALENTO**

<b>La Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares: La Regulación en México</b>	<b>403</b>
<i>Jacobo L. Esquenazi Franco, Director de Asuntos Gubernamentales para México y Latinoamérica de Hewlett-Packard</i>	
<b>Seguridad en Internet: Protección a Menores</b>	<b>421</b>
<i>Marco Antonio Navarro Rivas, Director de Seguridad y Privacidad de Microsoft México, Oscar Raúl Ortega Pacheco, Gerente de Investigación y Desarrollo de Navega Protegido en Internet</i>	

<b>Retos Legales para Proteger los Derechos de Propiedad Intelectual en el Entorno Digital</b>	<b>447</b>
<i>Joel Alejandro Gómez Treviño, Presidente Fundador de la Academia Mexicana de Derecho Informático, A.C</i>	
<b>Las Nuevas Tecnologías de Información y el cambio necesario en la Administración Pública en México</b>	<b>463</b>
<i>Sergio Carrera Riva Palacio, Director Ejecutivo, INFOTEC</i>	
<b>La Propiedad Intelectual de las Obras Audiovisuales</b>	<b>481</b>
<i>Rita Laura Segovia Mora, Cámara de Diputados</i>	
<b>El Papel de los Estados y Municipios en la Agenda Digital</b>	<b>499</b>
<i>Raymundo Pérez Lancón, Director Ejecutivo, CIAPEM</i>	
<b>Comunicaciones y Civilización</b>	<b>507</b>
<i>Dr. Enrique Melrose, Departamento Académico de Sistemas Digitales, ITAM</i>	
<b>CONCLUSIONES GENERALES</b>	<b>511</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b>	<b>517</b>
<b>SEMBLANZA DE AUTORES</b>	<b>521</b>
<b>GLOSARIO DE ABREVIATURAS DE ORGANIZACIONES</b>	<b>531</b>

# RETOS LEGALES PARA PROTEGER LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL

Joel Alejandro Gómez Treviño  
Presidente Fundador de la Academia  
Mexicana de Derecho Informático, A.C.

## *Resumen*

**E**L ADVENIMIENTO del Internet y las Tecnologías de la Información ha traído grandes beneficios a la sociedad moderna. La facilidad y rapidez con la que se transmite información y conocimiento a nivel global, es indiscutiblemente una de las principales características de la “Sociedad de la Información”.<sup>1</sup> Sin embargo, estas ventajas a menudo se ven empañadas por problemas derivados de la pugna eterna entre los derechos de la industria y los intereses de los usuarios de Internet. El presente ensayo no pretende ser exhaustivo, pero sí procura tratar algunas de las grandes controversias y desafíos (pasados, presentes y futuros) relacionados con la propiedad intelectual en el entorno digital.

1. Wikipedia.org: Una Sociedad de la Información es aquella en la cual las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la información juegan un papel importante en las actividades sociales, culturales y económicas. La noción de Sociedad de la Información ha sido inspirada por los programas de los países industrializados. El término sería más bien un término político que teórico, pues se presenta como una aspiración estratégica que permitiría superar el estancamiento social.

## *Planteamiento*

### **Nombres de Dominio vs. Marcas Registradas**

En los ochentas se creó el sistema de nombres de dominio,<sup>2</sup> el cual propició un desarrollo explosivo del Internet, dada la facilidad con la que podía ser localizado un recurso en Internet, como los famosos “sitios web”. Antes la gente tenía que memorizar o anotar direcciones de IP<sup>3</sup> para navegar en Internet. Hoy basta memorizar un nombre (marca, producto, empresa) y agregar “un punto com” al final para encontrar fácilmente la información que buscamos.

Además de facilitar la navegación en la web, los nombres de dominio se distinguen por ser muy económicos (en la mayoría de los casos) y muy fáciles de registrar. Cualquier individuo con conocimientos relativamente básicos de Internet puede comprar un nombre de dominio en menos de cinco minutos con un costo que puede ser hasta de \$3 dólares anuales. Esto trajo casi de inmediato un problema masivo a los titulares de derechos de propiedad intelectual, el registro indiscriminado y abusivo de nombres de dominio,<sup>4</sup> idénticos o similares en grado de confusión a marcas registradas u otros derechos de propiedad intelectual, normalmente con un ánimo de lucro o para obstaculizar la actividad comercial de un competidor.

Los titulares de derechos marcarios o de propiedad intelectual comenzaron a quejarse ante las instancias técnicas (los registradores de nombres de dominio),<sup>5</sup> quienes por su puesto no sabían cómo lidiar con estos problemas. Las quejas subieron de nivel y llegaron a las instancias gubernamentales (usualmente las oficinas o institutos de registro y protección de marcas), quienes tampoco sabían cómo enfrentar esta situación.

- 
2. Wikipedia.org: Un nombre de dominio es una etiqueta de identificación que define un ámbito de autonomía administrativa, autoridad o control en Internet. Los nombres de dominio son los nombres de host que identifican recursos del protocolo Internet (IP) tales como sitios web. Los nombres de dominio están formados por las normas y procedimientos del Sistema de Nombres de Dominio (DNS).
  3. Wikipedia.org: Una dirección IP es una etiqueta numérica que identifica, de manera lógica y jerárquica, a un interfaz (elemento de comunicación/conexión) de un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (Internet Protocol), que corresponde al nivel de red del protocolo TCP/IP.
  4. <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberocupacion>
  5. [http://en.wikipedia.org/wiki/Domain\\_name\\_registrar](http://en.wikipedia.org/wiki/Domain_name_registrar)

## Nace la Política de Resolución Uniforme de Conflictos en materia de Nombres de Dominio (UDRP).<sup>6</sup>

Por instrucciones del Gobierno de los Estados Unidos, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), condujo entre julio de 1998 y abril de 1999 un extensa consulta<sup>7</sup> (que más tarde se tradujo en un reporte) sobre nombres de dominio, y dentro de la misma existió un apartado sobre conflictos entre nombres de dominio y marcas registradas, y cómo resolverlos a través de un mecanismo privado de resolución de disputas, llamado por sus siglas en inglés: UDRP.<sup>8</sup>

El 24 de octubre de 1999 fue aprobada por la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN)<sup>9</sup> la Política uniforme para la Resolución de Conflictos en materia de Nombres de Dominio (UDRP), la cual en su objeto<sup>10</sup> establece textualmente:

*La presente política uniforme para la resolución de conflictos en materia de nombres de dominio (en adelante, la “Política”) ha sido aprobada por la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (en adelante, “ICANN”, según sus siglas en inglés) y figura como referencia en su acuerdo de registro; en ella se establecen las condiciones para resolver los conflictos que puedan surgir entre usted y una parte distinta a nosotros (el registrador) sobre el registro y el uso de un nombre de dominio de Internet que usted haya registrado.*

El 29 de noviembre del mismo año fue aprobado el primer proveedor de resolución de conflictos, la OMPI. Del 9 de diciembre de 1999 (día en que se inició la primer disputa por un nombre de dominio) al 31 de julio de 2011, se han presentado ante OMPI un total de 21,040 disputas que en conjunto involucran 37,941 nombres de dominio. La OMPI no es el único proveedor de servicios de solución de controversias sobre nombres de dominio acreditado ante ICANN,<sup>11</sup> existen actualmente otros tres: el (1) *Asian Domain Name Dispute Resolution Centre*,<sup>12</sup> el (2) *National Arbitration*

6. <http://www.icann.org/es/dndr/udrp/policy-es.htm>

7. <http://www.icann.org/en/udrp/udrp-schedule.htm>

8. <http://www.icann.org/en/udrp/#udrp>

9. <http://es.wikipedia.org/wiki/ICANN>

10. <http://www.icann.org/es/dndr/udrp/policy-es.htm>

11. <http://www.icann.org/es/dndr/udrp/approved-providers-es.htm>

12. <https://www.adndrc.org/index.html>

*Forum*<sup>13</sup> y (3) *The Czech Arbitration Court Arbitration Center for Internet Disputes*.<sup>14</sup> Ello implica que si bien la OMPI es el proveedor de resolución de disputas más grande, sus estadísticas no son las únicas en esta materia.

Es pertinente aclarar que esta Política UDRP no se considera jurídicamente un arbitraje, ni una mediación, ni una conciliación, simplemente se trata de un método alternativo de solución de controversias de nombres de dominio llamado “procedimiento administrativo”.

La Política UDRP aplica obligatoriamente para todos los dominios de primer nivel genéricos (*Generic Top Level Domain*,<sup>15</sup> por sus siglas en inglés: gTLD). Un gTLD es el nombre de dominio de nivel superior de una dirección de Internet que se identifica genéricamente como asociado con alguna clase de dominio, tales como el .com (comercial), .net (proveedores de servicios de Internet), .org (para organizaciones no lucrativas), .gov (entidades del gobierno de EE.UU.), .mil (para entidades militares), .edu (para instituciones educativas); y .int (para organizaciones internacionales).

Los registradores de gTLD's están obligados a adoptar la política UDRP en virtud de su relación jurídica con el ICANN, y quienes registran los nombres de dominio están obligados a usar la política UDRP (o LDRP en su caso) en virtud del contrato o términos y condiciones del servicio que reciben de parte de los registradores. El “trámite obligatorio” de la UDRP no implica que cualquiera de las partes (tanto el titular del dominio como el titular de la marca) pierda el derecho de acudir a un tribunal nacional después de haber terminado el procedimiento administrativo, si siente que fueron vulnerados sus derechos.

Los cuatro elementos de la Política de Resolución Uniforme de Conflictos en materia de Nombres de Dominio (UDRP).

Para resultar exitoso en una controversia de esta naturaleza la política establece lo siguiente:

- a. Conflictos aplicables. *Deberá someterse a un procedimiento administrativo obligatorio en caso de que un tercero (el “demandante”) afirme ante el proveedor correspondiente, de conformidad con el Reglamento, lo siguiente:*

---

13. <http://domains.adrforum.com>

14. <http://www.adr.eu/index.php>

15. <http://searchsoa.techtarget.com/definition/gTLD>

- i. *que su nombre de dominio es idéntico, o similar hasta el punto de poderlo confundir, a una marca de productos o de servicios sobre los cuales el demandante tiene derechos;*
- ii. *que usted no tiene derechos o intereses legítimos con respecto al nombre de dominio;*
- iii. *que su nombre de dominio ha sido registrado y está siendo utilizado de mala fe. En el procedimiento administrativo, el demandante deberá probar que se dan todos los elementos anteriores.*

La adaptación y personalización de la Política UDRP a las disputas de nombres de dominio ccTLD's (LDRP).

Además de los gTLD, se encuentran los nombres de dominio de nivel superior con código de país (*country code Top Level Domains*, por sus siglas en inglés: ccTLD) que identifican una dirección específica para obtener un “nombre de dominio nacional o territorial” (Por ejemplo, .mx de México, .cl de Chile, .ar de Argentina, .br de Brasil, .co de Colombia, etc.).

Como la Política UDRP solo aplica a los nombres de dominio genéricos (gTLD's), los países o territorios que administran los nombres de dominio ccTLD's tienen la opción de *adoptar y personalizar* las reglas UDRP localmente, convirtiéndolas en Políticas Locales de Resolución de Conflictos en materia de nombres de dominio (*Local Dispute Resolution Policy*, por sus siglas en inglés: LDRP). Esta adopción es completamente voluntaria; los registradores nacionales de nombres de dominio pueden decidir no adoptar la UDRP (para convertirla en LDRP) y tener su propia política de solución de disputas en esta materia, e inclusive pueden optar por no tener ningún tipo de política en este sentido y dejar que los tribunales nacionales resuelven esta clase de problemas.

Afortunadamente México cuenta con su propia LDRP. Entre 2001 y julio de 2011, se han presentado 125 solicitudes de controversia para nombres de dominio .mx. Como caso particular, NIC México cuenta de hecho no con uno, sino con dos sistemas de solución de disputas en esta materia: disputas por titularidad y disputas por propiedad intelectual (Ver punto 5 de las Políticas Generales de Nombres de Dominio de NIC México).<sup>16</sup>

En América Latina, Chile tiene un procedimiento de Mediación y Arbitraje para resolver estas controversias, Argentina tiene un procedimiento ad-hoc parecido al de “Disputas por Titularidad” que tiene NIC México y Brasil hasta el 2010 había determinado que estas disputas deberán ser resueltas por los tribunales judiciales

competentes. Los países de la región que han adoptado el mecanismo de disputas LDRP son: Brasil (a partir del 2011), Bolivia, Belice, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

### *Conclusiones preliminares sobre el sistema UDRP de resolución de conflictos entre marcas registradas y nombres de dominio*

En algunas desafortunadas ocasiones a algunos abogados mexicanos se les ha ocurrido que sería una buena idea “regular los nombres de dominio” en México, a través de alguna reforma a la Ley de la Propiedad Industrial o reglamentación independiente. En los pocos paneles o grupos de discusión de especialistas en donde se ha puesto sobre la mesa esta idea, ha sido rechazada tajantemente tanto por los abogados especialistas como por la propia industria.

La razón es sencilla, la Política UDRP / LDRP ha probado ser un mecanismo idóneo para resolver esta clase de controversias. Es un método sencillo (mucho más simple que el arbitraje), ahora se puede llevar a cabo 100% por medios electrónicos,<sup>17</sup> es rápido (entre 60 y 90 días resuelven los panelistas los casos) y relativamente económico (la tarifa de la OMPI es de \$1,500 dólares).

Obviamente existe una minoría radical que opina que la UDRP no sirve puesto que siempre tiende a favorecer a los titulares de marcas registradas o derechos de propiedad intelectual. Esto es obvio (y no creo se pueda ver como algo malo), puesto que la UDRP fue diseñada precisamente para evitar registros abusivos de nombres de dominio que afecten a titulares de marcas registradas.

Si bien las decisiones de los panelistas son importantes para guiar a otros en sus resoluciones, no son de naturaleza obligatoria. Dos panelistas pueden resolver de manera distinta casos con características muy similares. OMPI ha tenido a bien desarrollar un reporte<sup>18</sup> que sigue tendencias en la aplicación de cada criterio de la política, para ayudar tanto a los abogados que preparan casos UDRP / LDRP sino también a los propios panelistas.

A nivel global la UDRP es probablemente el mejor ejemplo de que la autorregulación puede funcionar mejor que la regulación en un tema altamente controvertido y especializado, como lo son las disputas de nombres de dominio.

---

16 [http://www.registry.mx/jsf/static\\_content/domain/policies\\_first\\_new.jsf](http://www.registry.mx/jsf/static_content/domain/policies_first_new.jsf)

17. <http://www.wipo.int/amc/es/domains/rules/eudrp>

18. <http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview2.0/index.html>

## Retos del Derecho Marcario y los Derechos de Autor frente a las Redes Sociales

La revolución de la Web 2.0 vino a cambiar paradigmas, particularmente con el crecimiento explosivo y uso casi universal de las redes sociales. LinkedIn tiene más de 100 millones de usuarios, *Twitter* tiene más de 200 millones de usuarios, *YouTube* tiene más de 490 millones de usuarios mensualmente<sup>19</sup> y Facebook tiene más de 750 millones de usuarios. Si *Facebook* fuera un país, sería el tercero más grande del mundo.<sup>20</sup>

Hoy tienen cuenta en *Twitter* y *Facebook* estudiantes, profesores, artistas, abogados, filósofos, deportistas famosos, funcionarios públicos, presidentes de países pobres y ricos, y hasta figuras prominentes de religiones como el Papa y el Dalai Lama. Ya no es necesaria una computadora para poder usar e interactuar en estas redes sociales, puesto que existen muchas aplicaciones para usarlas tanto en tabletas como en teléfonos inteligentes. Inclusive muchos teléfonos celulares simples cuentan ya con aplicaciones para usar redes sociales. En pocas palabras, más de 1500 millones de usuarios en el mundo tienen las redes sociales al alcance de su bolsillo, en un teléfono celular.

Una de las características principales de las redes sociales es que son los propios usuarios los que generan y comparten los contenidos de estos grandes portales. Lejos de considerarse enemigos y bloquear contenidos de la competencia, las grandes redes sociales han generado herramientas para que los propios usuarios publiquen contenidos simultáneamente en más de una red social. Este tremendo laberinto de información generada cada segundo por millones de usuarios de redes sociales trae diversas interrogantes en materia jurídica y especialmente en torno a la propiedad intelectual (marcas y derechos de autor):

- ⓪ ¿Quién es el dueño de los contenidos publicados o compartidos por los usuarios en las redes sociales?
- ⓪ ¿Qué facultades o derechos adquiere la red social sobre la información publicada o compartida por los usuarios?
- ⓪ Estos derechos ¿existen solo durante la vigencia de la relación de la red social con el usuario (mientras su cuenta este activa) o son vitalicios?

19. <http://mashable.com/2011/02/19/youtube-facts/>

20. <http://www.youtube.com/watch?v=x0EnhXn5boM>

- ⌚ ¿Tienen los usuarios derecho a revocar estas facultades adquiridas por las redes sociales en cualquier momento?
- ⌚ ¿Qué sucede si los usuarios publican contenidos en las redes sociales que infringen leyes de derechos de autor, marcas o privacidad?
- ⌚ ¿Pueden las redes sociales ser considerados co-responsables de “contenidos ilegales” publicados o compartidos por los usuarios?
- ⌚ ¿Qué derechos tienen los usuarios en caso de que otros usuarios publiquen contenidos ofensivos, ridiculizantes o difamatorios en las redes sociales?
- ⌚ ¿Qué derechos tienen los titulares de marcas cuando usuarios de redes sociales o portales de subastas publiquen para su venta productos apócrifos o “piratas”?
- ⌚ Los derechos tanto de usuarios como de titulares de derechos de propiedad intelectual, ¿deben ser agotados ante las autoridades e instancias legales correspondientes? O ¿pueden existir mecanismos de auto-regulación que permitan una “vía rápida” para ejecutar estas acciones?
- ⌚ Considerando que las redes sociales más grandes y populares no son mexicanas, y probablemente ninguna de ellas tiene oficinas en México, ¿qué jurisdicción es aplicable para ejercer una acción legal?

Si la jurisdicción es en un país extranjero, ¿qué complejidades representa este hecho para usuarios o titulares de derechos de propiedad intelectual que quisieran ejercer una acción legal? ¿estas complejidades hacen viable el ejercicio de sus derechos?

Ante la imposibilidad de espacio para intentar dar respuesta a estas interrogantes, prefiero dejarlas como reto y reflexión para el poder legislativo. Vale la pena aprovechar el espacio para comentar brevemente dos aproximaciones de auto-regulación en materia de propiedad intelectual de cuatro grandes portales: *YouTube*, *MercadoLibre*, *Facebook* y *Twitter*.

## **MercadoLibre.com.mx-Programa de Protección de Propiedad Intelectual**<sup>21</sup>

MercadoLibre cuenta con una interesante “*Programa de Protección de Propiedad Intelectual*”. Tal como lo establecen sus Términos y Condiciones y Políticas de Publicación, existen artículos cuya venta está prohibida. Por eso, *MercadoLibre* asume el compromiso de remover los artículos, bienes o servicios que infrinjan leyes de

21. [http://www.mercadolibre.com.mx/seguro\\_pppi.html](http://www.mercadolibre.com.mx/seguro_pppi.html)201. [http://www.mercadolibre.com.mx/seguro\\_pppi.html](http://www.mercadolibre.com.mx/seguro_pppi.html)

Propiedad Intelectual que sean denunciados por el titular o un representante o apoderado del titular de tales derechos.

*Este Programa tiene el objetivo de impedir que sean listados u ofrecidos a través de MercadoLibre artículos que violen algún Derecho de Propiedad Intelectual, sea de autor, patentes, marcas, modelos y/o diseños industriales. Dentro del listado de artículos prohibidos para su comercialización a través de MercadoLibre se encuentran: “aquellos bienes que teniendo la apariencia y características de un artículo legítimo no lo sean o que intenten producir confusión acerca de su procedencia, producción u originalidad”.*

*Las personas adheridas al Programa, podrán identificar y solicitar la remoción de aquellos productos que a su criterio infrinjan o violen sus Derechos de Propiedad Intelectual. Cualquier Empresa o Persona Física o Jurídica titular de un Derecho de Propiedad Intelectual que considere que su derecho es lesionado por un bien publicado u ofrecido en MercadoLibre, estará facultado para adherirse al Programa y solicitar así la remoción de dicho artículo.*

Como usuario de este programa debo reconocer que es simple en su ejecución y muy eficiente una vez que estás inscrito. Con muy pocos correos electrónicos los artículos apócrifos o violatorios de derechos de propiedad intelectual son removidos de este portal.

### ***YouTube.com-Centro de Derechos de Autor***<sup>22</sup>

Esta división o empresa de *Google* sin duda tiene un extraordinario “*Centro de Derechos de Autor*” implementado en esta red social de videos. Este centro tiene tres secciones: (1) Propietarios de Contenido, (2) Usuarios de *YouTube* y (3) Educación sobre Derechos de Autor. Los propietarios de contenido tienen a su disposición los siguientes recursos en *YouTube*:

Lo más impresionante de este centro es tal vez la tecnología de identificación automática de contenido. El siguiente es un ejemplo real de un correo electrónico que recibí automáticamente segundos después de subir un video a *YouTube*:

---

22. <http://www.youtube.com/watch?v=x0EnhXn5boM>

#### Notificación de infracciones de derechos de autor



Los propietarios de los derechos de autor pueden presentar notificaciones de derechos de autor en una variedad de maneras, incluido nuestro formulario web fácil de usar.

#### Programa de verificación de contenido



Para los propietarios de derechos de autor que tienen una necesidad continua de eliminar supuesto contenido infractor de *YouTube*, este programa les facilita el envío de múltiples notificaciones de derechos de autor.

#### Identificación de contenido



La tecnología de avanzada de *YouTube* les permite a los propietarios de contenido identificar audio y videos subidos por usuarios que incluyen su contenido y elegir cómo responder a esa situación: ganar dinero, obtener estadísticas o bloquear los videos por completo de *YouTube*.

*Estimado/a Joel Gomez MX:*

*Es posible que tu video, {Nombre del Video}, tenga contenido de propiedad o licencia de IDOL (Independent Distribution On Line).*

*No es necesaria ninguna acción de tu parte; sin embargo, si te interesa conocer en qué se ve afectado tu video, visita la sección de tu cuenta Correspondencias de ID de contenido para obtener más información.*

*Sinceramente,*

*El equipo de YouTube*

Los problemas más recurrentes al subir videos en *YouTube* pueden ser de dos tipos: (1) subir videos grabados directamente de una televisión o de un espectáculo musical en vivo como un concierto, y (2) subir un video grabado legítimamente por un usuario, pero el cual fue editado para adjuntar una pista o canción de fondo.

En ambos casos existe el riesgo potencial de incurrir en una violación de derechos de autor, es por eso que *YouTube* toma de manera preventiva todas las precauciones necesarias para evitar violaciones de esta índole.

## **Facebook.com-Cómo informar de presuntas infracciones de los Derechos de Propiedad Intelectual** <sup>23</sup>

Aunque de una manera mucho más sencilla y tal vez menos extensa que los dos casos anteriores, *Facebook* tiene dentro de sus términos y condiciones un apartado especial para reportar presuntas infracciones de derechos de propiedad intelectual, que se resume de la siguiente manera:

*Facebook se compromete con la protección de la propiedad intelectual de terceros. Los titulares de estos derechos encontrarán en esta página instrucciones para denunciar cualquier contenido publicado por los usuarios que vulnere sus derechos de autor u otro tipo de propiedad intelectual. Asimismo, pueden consultar las respuestas a las preguntas más frecuentes sobre nuestras políticas.*

*Si estás en desacuerdo con la retirada de tu contenido, puedes enviar una contra notificación. Puedes hacerlo a través de la notificación que recibiste por correo electrónico o la advertencia situada en la parte superior de la página de inicio.*

*Si te preocupa la seguridad de tu cuenta, visita nuestra página de ayuda sobre seguridad.*

Cómo informar de presuntos incumplimientos de los derechos de autor por parte de usuarios

*Para denunciar un incumplimiento de los derechos de autor por parte de un usuario de Facebook, debes rellenar nuestro formulario automatizado de la DMCA. Este formulario es la forma más rápida de denunciar un incumplimiento de los derechos de autor. Aunque revisamos las denuncias en todos los idiomas, el proceso se acelerará si la puedes enviar en inglés.*

*Si lo prefieres, también puedes enviar la notificación de incumplimiento de los derechos de autor de la Digital Millennium Copyright Act de EE.UU. (más información abajo).*

Cómo informar de otras presuntas infracciones de los derechos de propiedad intelectual por parte de usuarios

---

23. [http://www.facebook.com/legal/copyright.php?howto\\_report](http://www.facebook.com/legal/copyright.php?howto_report)

*Si deseas denunciar otras infracciones de la propiedad intelectual, que no sean de derechos de autor, por parte de un usuario de Facebook, debes rellenar nuestro formulario automatizado sobre vulneración de la propiedad intelectual. Agradecemos tu colaboración si nos facilitas una traducción al inglés de tu denuncia siempre que sea posible.*

### **Twitter.com—Política de Derechos de Autor<sup>24</sup>**

La red social más de moda y de crecimiento más explosivo en los últimos años no se ha quedado atrás, y aunque de manera aún más simple que *Facebook*, ha incluido en sus Términos y Condiciones de Uso su (breve) “política” sobre Derechos de Autor:

*Twitter respeta los derechos de propiedad intelectual de otros y espera que los usuarios de los Servicios hagan lo mismo. Responderemos las notificaciones de presunta infracción de derechos de autor que cumplan con la ley aplicable y sean enviadas debidamente a nosotros. Si usted cree que su contenido ha sido copiado de una manera que constituye una infracción de derechos de autor, por favor indíquenos la siguiente información: (i) una firma física o electrónica del propietario del derecho de autor o la persona autorizada para actuar en su nombre, (ii) identificación de la obra cuyos derechos de autor han sido violados, (iii) la identificación del material que se reclama como infractor o ser objeto de la actividad infractora y que debe ser eliminado o cuyo acceso debe ser inhabilitado, e información razonablemente suficiente que nos permita localizar el material; (iv) su información de contacto, incluyendo su dirección, número de teléfono y una dirección de correo electrónico, (v) una declaración suya de que usted cree de buena fe que el uso del material en la forma se reclama no está autorizado por el propietario del derecho de autor, su agente o la ley, y (vi) una declaración que la información en la notificación es exacta y, bajo pena de perjurio (falsas declaraciones), que usted está autorizado para actuar en nombre de los derechos de autor del propietario.*

*Nos reservamos el derecho de remover contenido que se está infringiendo, sin previo aviso y en nuestra única discreción. En las circunstancias apropiadas, Twitter también se terminará la cuenta del usuario si se determina que el usuario que es un infractor reincidente.*

---

24. <http://www.youtube.com/watch?v=x0EnhXn5boM>

## **Conclusiones preliminares sobre métodos o aproximaciones de auto-regulación por parte de las redes sociales en materia de políticas de protección de derechos de propiedad intelectual**

Es justo reconocer que lo más complicado para un abogado es precisamente hacer valer los derechos de su cliente, ya que normalmente es necesario agotar diversos recursos legales de naturaleza administrativa y/o judicial. Estos recursos suelen ser largos, burocráticos, complejos y caros. Esto suponiendo que la jurisdicción de estas redes sociales permitiera ejercer una acción legal en México.

El contar con mecanismos de auto-regulación para hacer valer los derechos de propiedad intelectual de los titulares de una manera sencilla, práctica, rápida y económica es sin duda un gran beneficio en esta materia. Mayor valor representa aun este beneficio cuando las barreras jurisdiccionales-territoriales parecen no existir bajo estos esquemas.

Desconocemos si a ciencia cierta estos mecanismos de auto-regulación nacen de un interés genuino en proteger la propiedad intelectual, o más bien del miedo a ser considerados *responsables solidarios* en casos de infracción de propiedad intelectual bajo el *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA), la estricta legislación estadounidense que aplica en esta materia.

Lo valioso de estos esquemas ya lo mencionamos, son fáciles y económicos de aplicar o ejecutar en la práctica. Sin embargo, nunca faltan los detractores que critican estos sistemas bajo el argumento de que “se privatiza la ley” y se le da “vía rápida” y prioridad a los supuestos titulares de derechos de propiedad intelectual para hacer valer los mismos.

Teniendo estos esquemas autorregulatorios de protección y habiendo mostrado su eficiencia en la práctica, parece poco conveniente por ahora pensar en una regulación específica en esta área.

### **Otros problemas marcarios relacionados con las redes sociales**

Dos son problemas recurrentes con los que se han enfrentado los titulares de derechos marcarios en redes sociales:

- 1) la creación de cuentas ficticias (o al menos no oficiales) con nombres de sus marcas, productos o servicios; y
- 2) la generación de “anti-campañas publicitarias” en contra de sus marcas, productos o servicios, particularmente a través del uso de “cuentas-anti” o “hashtags” en *Twitter*.

En el primer caso podemos tener cuentas creadas por “fanáticos” de determinado producto o servicio que desean usarlas “de buena manera”, o en el peor de los casos, cuentas registradas por “ciberocupas”<sup>25</sup> que pretenden “secuestrar el término” en una cuenta de *Facebook* o *Twitter* para chantajear al titular de la marca de alguna manera (pedir un “rescate” por la cuenta, por ejemplo). La importancia de tener o registrar estas cuentas (idénticas a marcas o nombres de empresas) es que se traducen en URL’s de vanidad.<sup>26</sup>

Debemos de resaltar que los URL’s de vanidad son proporcionados por las principales redes sociales a efecto de que los usuarios puedan ser fácilmente identificados entre sus grupos de influencia. De esta manera, tener un URL de vanidad es casi tan importante como tener un nombre de dominio propio. Por ello, las marcas desean tener reflejadas en las redes sociales los URL’s de vanidad que reflejen los nombres de sus productos y servicios.

A diferencia del mundo de los nombres de dominio, en el universo de las redes sociales todavía no existe (y tal vez nunca llegue a existir) un mecanismo de resolución de controversias sobre “cuentas registradas”, por citar un ejemplo solamente. Para disminuir el impacto de posibles “robos de identidad”, *Twitter* ha implementado un programa semi-formal de “cuentas verificadas”.<sup>27</sup>

El segundo caso puede ser más preocupante todavía, pues un #hashtag<sup>28</sup> en *Twitter* puede crearse en segundos y esparcirse rápidamente para crear una “anti-campaña publicitaria” dirigida en contra de alguna persona, empresa o marca de algún producto o servicio.

Sobre este particular existe un caso relativamente reciente sobre la cadena de tiendas de autoservicio *Oxxo*. Cuando el “Huracán Alex” entró a Monterrey, Nuevo León en julio de 2010, las tiendas comenzaron a sufrir de escases de productos. Muy pronto se comenzó a correr un rumor en *Twitter* de que en las tiendas *Oxxo* de Monterrey se estaban vendiendo botellas de 1 litro de agua en más de \$150 pesos cada una. Usuarios de *Twitter* crearon un #hashtag para promover entre la comunidad que NO fueran a comprar nada a *Oxxo* por este supuesto abuso. Para contrarrestar este “boicot twittero” gente de relaciones

---

25. <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberocupas>

26. [http://en.wikipedia.org/wiki/Vanity\\_URL](http://en.wikipedia.org/wiki/Vanity_URL)

públicas de *Oxxo* puso en marcha casi de inmediato una serie de mensajes en *Twitter* para desmentir este rumor.

## ***Conclusiones***

El mundo del internet y las Tecnologías de la Información se encuentra en constante cambio y evolución. Aunado a eso, el crecimiento de las redes sociales es más rápido de lo que cualquiera puede imaginar. Lo que hoy es moda, mañana puede estar en el baúl de los recuerdos.

El legislador mexicano debe evitar caer en la tentación de “regular por regular” o “regular porque no está regulado” cierto fenómeno informático. Es preciso estudiar la industria e investigar si existen mecanismos de auto-regulación efectivos en otros países.

Vale la pena reflexionar sobre las interrogantes planteadas en los puntos 2 y 2.6 de este ensayo, para determinar si la regulación contractual y la auto-regulación son suficientes medidas de protección, tanto para usuarios como para titulares de derechos de propiedad intelectual.

## *Semblanza de autores*

**Pág.**

**143 Adriana Beltrán Mallen**

LXI Legislatura, Cámara de Diputados. Asesora, Actuaría, con maestría en Economía, especialista en temas de finanzas públicas y de Acceso Digital. Ha ocupado diversos cargos en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, fue Directora de Apoyo Técnico en el Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la Cámara de Diputados y asesora parlamentaria del Diputado Rodrigo Pérez-Alonso, Presidente de la Comisión Especial de Acceso Digital.

**355 Ángel Badillo**

Profesor del área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca y profesor del University of Syracuse Center in Madrid.

**389 Carlos A. Patiño Calderón**

Es licenciado en Ciencias de la Informática por la Unidad Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA) del IPN, cuenta con doble grado de Maestría en Administración de T.I. por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), y en Francia por la Escuela Nacional Superior de Telecomunicaciones (ENST). Actualmente es doctorante en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) en la escuela de Graduados en Políticas Públicas, enfocando su investigación en el Estado Digital y en la Sociedad de la Información y el conocimiento.

**157 Claudia Ivette García**

Directora General de Comercio Interior y Economía Digital de la Secretaría de Economía. Ingeniera en Sistemas Computacionales en la Universidad de las Américas, Puebla y Maestra en Dirección de Empresas con Especialidad en Dirección Internacional. Ha laborado en el sector público y en el privado. Ha trabajado durante 9 años en la Secretaría de Economía, donde ha desempeñado diferentes cargos relacionados con comercio interior, economía digital y comercio electrónico. Actualmente es responsable entre otros programas del Prosoft 2.0, del Programa Nacional de Innovación y del Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados.



**221 Ernesto Piedras Feria**

Economista (ITAM-London School of Economics), Director General de *The Competitive Intelligence Unit*. Ha desempeñado diversos cargos en la administración pública. Miembro del Consejo Consultivo de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL). Autor de diversas publicaciones. Comentarista y articulista en materia de Telecomunicaciones en diferentes medios de comunicación. Ha sido profesor en el ITAM y CIDE.

**177 Fernando Díaz Montiel**

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana en donde obtuvo mención honorífica por la tesis "Entre la Razón del Mercado y la Razón de Estado. El caso de la Reforma de Estado en México. 1990-1994". Maestría en Sociología Política y licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública.

Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT. SNI nivel I desde 2004 a la fecha.

**75 Dip. Francisco Hernández Juárez**

Diputado Federal, (PRD). Integrante de las Comisiones de Comunicaciones, Seguridad Social, Trabajo y Previsión Social, así como de las Comisiones especiales de Acceso Digital y Seguimiento a la problemática surgida por los conflictos mineros en el país. Licenciado en Comunicaciones y Electrónica. Secretario General Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana y Presidente Colegiado Unión Nacional de Trabajadores y ha sido trabajador de Teléfonos México durante 44 años.

**127 Gonzalo Martínez Pous**

Comisionado de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) de 2008 a la fecha. Abogado por la Escuela Libre de Derecho (ELD) con Diplomado en Derecho Norteamericano. Ha ocupado múltiples cargos de alto nivel en la Administración Pública Federal, principalmente en SCT y COFETEL. Cuenta con diversas publicaciones en la materia de Telecomunicaciones. Ha impartido clases en la UNAM, ELD y UIA así como innumerables conferencias y seminarios. Miembro de la Barra Mexicana de Abogados, Comentarista en materia de telecomunicaciones y columnista en periódicos.

**273 Gonzalo Rojon González**

Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Director & Senior Partner en The Competitive Intelligence Unit. Líder de opinión en materia de mercado y regulación de las telecomunicaciones, citado con regularidad por distintos medios de comunicación como periódicos y revistas. Ha sido Consejero Editorial del periódico Reforma en diversas ocasiones. Entre sus actividades académicas, destaca su actividad en el Diplomado en Análisis y Estrategias del Mercado de las Telecomunicaciones en el ITAM, además de participar en el Programa de Investigación en Telecomunicaciones del CIDE.

**13 Hyeon Kon Kim**

Director Ejecutivo de la División de Política Nacional de TI en la de la Agencia Nacional de Sociedad de la Información (NIA), actualmente está a cargo de apoyar el desarrollo nacional de políticas de TI para el Gobierno de Corea. Comenzó su carrera como profesional en políticas de TI en el Instituto de Desarrollo de Sociedad de la Información de Corea (KISDI) entre 1986 y 1990. Se unió a la Agencia Nacional de Sociedad de la Información en 1996 después de recibir un doctorado en Japón. En los últimos 15 años, ha participado principalmente en la política nacional de TI y la elaboración de estrategias, el apoyo a la política de gobierno electrónico y desarrollo de proyectos de IT en el sector público, la planificación de nuevos proyectos de tecnología y cooperación internacionales. Obtuvo una licenciatura en economía y un MBA en la Universidad Nacional de Seúl, Corea. Luego, estudió en la Universidad de Tsukuba en Japón entre 1990 y 1996, donde obtuvo su doctorado licenciatura en ciencias de la gestión e ingeniería.

**403 Jacobo L. Esquenazi Franco**

Gerente de Relaciones Gubernamentales, Hewlett-Packard con responsabilidades en los temas de medio ambiente, e investigación y desarrollo..Anteriormente fue consultor independiente y Asesor del Coordinador General del Mecanismo de Cooperación Asia-Pacífico, APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation). Dentro de la Secretaría de Economía se ha desempeñado como Subdirector para el Análisis del Comercio Multilateral, y; Subdirector para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

**309 José Antonio Ardavín**

Director del Centro de la OCDE en México para América Latina desde febrero de 2009. Anteriormente, se desempeñó como Economista y Analista de Política en la División de Competitividad Regional y Gobernanza de la OCDE. Es Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y Maestro en Políticas Públicas por la Universidad de Harvard. Ha sido catedrático de la Licenciatura en Economía del ITAM. Antes de incorporarse a la OCDE se desempeñó como Economista en la Dirección de Estudios Económicos del Banco de México, Asesor del Subsecretario de Hacienda y Crédito Público y Consultor en materia de Desarrollo Regional.

**447 Joel Alejandro Gómez Treviño**

Se tituló de Licenciado en Derecho en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey. Cursó el Diplomado en Derecho Comercial de los Países del Tratado de Libre Comercio en el ITESM. Mediante beca del mismo Instituto, obtuvo el grado de Maestría en Derecho Comercial Internacional (LL.M.) en la Universidad de Arizona, en Estados Unidos, titulándose con la tesis: “Aspectos Legales del Comercio Electrónico”. Realizó estudios Doctorales en Derecho Internacional y Comparado en la Escuela de Derecho de la Universidad de Tulane. Tomó cursos de Posgrado en “Liderazgo de Negocios” y “Propiedad Intelectual Internacional” en Londres y Cambridge respectivamente, en Reino Unido.

**203 Juan Alberto González Esparza**

Director General de Microsoft México desde el mes de julio del año 2007. Ingeniero en Cibernética y Ciencias Informáticas con estudios de posgrado en Liderazgo y Administración en el Microsoft Academy así como en el Instituto de Massachusetts de la Tecnología (MIT) y en La Universidad Wharton. Presidente del Consejo Directivo de la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información AMITI, para el periodo 2011-2013. Conduce estratégicamente la iniciativa de Ciudadanía Corporativa de Microsoft México. Ha ocupado innumerables cargos en Microsoft a nivel latinoamericano y anteriormente en Novell. Fundador en Colombia del programa “Microsoft Solidario” Recibió la ciudadanía colombiana de manos del presidente Álvaro Uribe y su esposa. Como el mayor reconocimiento que el gobierno de ese país otorga a un extranjero por desempeñar un trabajo excepcional en pro del desarrollo social y económico así como en las actividades de responsabilidad social. Pertenece a: US- Mexico Foundation.

**257 Mtro. Julio César Vega Gómez**

Actualmente ocupa el cargo de Director General de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Es Maestro en Derecho de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones por el Norwegian Research Center for Computers and Law de la Universidad de Oslo, Noruega.

Dentro de la administración pública laboró en el Departamento del Distrito Federal, en la entonces Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca y recientemente se desempeñó como Subdirector de Normatividad de Comercio Electrónico de la Secretaría de Economía. Fue el Delegado de México ante el Grupo de Manejo del Comercio Electrónico de APEC y de Flujo Transfronterizo de Datos Personales de la ASPAN.

**91 Dip. María del Pilar Torre Canales**

Diputado Federal, (NA) Integrante de las Comisiones de Comunicaciones, Relaciones Exteriores, Salud y Especiales de Acceso Digital, Para Conmemorar el 150 Aniversario de la Batalla de Puebla, realizada el 5 de mayo de 1862, Sobre Cambio Climático y de los Comités del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública y del Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Licenciada en Relaciones Internacionales.

**113 Lic. Mario Anguiano Moreno**

Gobernador Constitucional del Estado de Colima, para el periodo 2009-2015. Ex-presidente Municipal de la Ciudad de Colima. Obtuvo el título de Licenciado en Economía por la Universidad de Colima. Se ha desempeñado en el sector público municipal, Diputado Local en la LIV Legislatura del Congreso del Estado de Colima. 2003-2006, Presidente de la Liga de Economistas Revolucionarios de 1994 a 1999.

**291 Matthew Miszewski**

Miembro del directorio de Enterprise Sales en Salesforce.com y anterior Managing Director, Worldwide eGovernment en Microsoft. Educación: University of Wisconsin Law School. Especialidades: Worldwide government, public sector and Information Technology leadership, procurement, contracting, strategic sales and marketing management. Focus on global market presence including emerging markets.

**241 Mauricio Braverman**

Vicepresidente Ejecutivo de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Director ejecutivo de productos de Visa México desde el 2004. La experiencia profesional del Sr. Braverman incluye el desempeño en distintas posiciones en compañías como *Microsoft* Corporation basado en Estados Unidos y Procter and Gamble en México. Tiene un grado de ingeniería mecánica administrativa del Tecnológico de Monterrey, así como una maestría en negocios de la Universidad de Stanford.

**421 Oscar Raúl Ortega Pacheco**

Director de Operaciones de Navega Protegido en Internet. Ingeniero en Sistemas Computacionales por la Escuela Superior de Cómputo del Instituto Politécnico Nacional (IPN) y Maestro en Política y Gestión del Cambio Tecnológico por el Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del IPN. Cuenta con diplomados en Gobernanza de Internet y Gestión de datos personales por la Diplo Foundation. Se ha desempeñado como líder del proyecto Seguridad en Windows y Usuario Casero en el Equipo de Respuesta a Incidentes de Cómputo de México (UNAM-CERT) de la Subdirección de Seguridad en Cómputo de la UNAM. Fue editor de la Revista digital Punto Seguridad de la UNAM. Es miembro del Comité de Seguridad de la Asociación Mexicana de Internet y responsable del diseño y desarrollo del sitio de ayuda al niño de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones de la Organización de Estados Americanos (CITEL – OEA)

**355 Patricia Marenghi**

Investigadora del Instituto Interuniversitario de Estudios de Iberoamérica y Portugal de la Universidad de Salamanca. Profesora Ayudante Doctor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca, licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), Máster en Estudios Latinoamericanos y Doctora en Ciencia Política. Sus líneas de investigación son las políticas públicas de comunicación y la comunicación política.

**345 Peter Wiegandt**

Vicepresidente de Dell para América Latina. Ingeniero químico con maestría en administración de empresas en la Universidad de Stanford.. Ocupó cargos directivos en Hewlett-Packard, en Pepsi-Cola International para Latinoamérica y México, Coca-Cola Femsa.

**526** Comisión Especial de Acceso Digital



**323 Raúl Katz**

Director de Investigación en Estrategia de Negocios del Columbia Institute for Tele-Information. Profesor del Seminario en Estrategia en Alta Tecnología. Consultor de la industria de telecomunicaciones. Presidente of Telecom Advisory Services. Cuenta con varias publicaciones, artículos, colaboraciones y libros entre los que destacan “The Information Society: an International perspectiva”; “Creative Destruction: Business Survival Strategies in the Global Internet Economy”, y “The Contribution of Information and Communication Technologies to Economic Development”. Cuenta con estudios de licenciatura en Historia, en Ciencias de la Comunicación y Maestría en Ciencias Políticas por la Universidad de la Sorbona, en París-así como un MS in Tecnologías de la Comunicación y Políticas y un PhD en Administración y Ciencias Políticas por el Instituto Tecnológico de Massachussets, MIT.

**481 Rita Laura Segovia Mora**

Académico- investigador en Derecho de la Propiedad Intelectual, Competencia Económica, Transparencia, Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, es licenciada en Derecho por la UNAM, con estudios de Maestría en Derecho Constitucional y Administrativo por la misma casa de estudios. Actualmente es Asesor Parlamentario por el PVEM.

**51 Dip. Roberto Armando Albores Gleason**

Diputado Federal (PRI). Integrante de las Comisiones de Presupuesto y Cuenta Pública, Radio, Televisión y Cinematografía así como las Comisiones especiales de Atención de los asuntos de la frontera sur, encargada de impulsar y dar seguimiento a los programas y proyectos de desarrollo de la Frontera Sur de México y Del Café. Licenciado en Economía y Ciencias Políticas. Ha sido Secretario de Fomento Económico y de Turismo y Proyectos Estratégicos en Chiapas.

**379 Roberto Martínez Yllescas**

Especialista en políticas públicas, innovación y competitividad; anteriormente Director de Asuntos Gubernamentales de Intel Corp en México, Presidente de la Sede Centro-Sur de la Cámara Nacional de la Industria de Electrónica, Telecomunicaciones y Tecnologías de Información; consultor para distintas instancias del gobierno federal y del Foro Económico Mundial, la cooperación estadounidense al

desarrollo (USAID) y consultor senior del Banco Mundial (innovación en evaluación de desempeño de programas sociales) y del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). También se desempeñó además como funcionario público en SHCP, Cofetel, SCT. Egresado de Maestría en Políticas Públicas por la Escuela J.F. Kennedy de gobierno (Harvard), Maestría en Economía Política Internacional (London School of Economics & Political Science) y de la licenciatura en relaciones internacionales de El Colegio de México.

**101 Lic. Rodrigo Medina de la Cruz**

Gobernador Constitucional del Estado de Nuevo León (2009-2015). Licenciado en Ciencias Jurídicas y Maestro en Derecho Corporativo Internacional (Universidad de Miami). Ha ocupado diversos cargos en la Administración Pública Federal y del Estado de Nuevo León. Fue Diputado Federal en la LX Legislatura, donde presidió la Comisión de Seguridad Pública.

**37 Rodrigo Pérez-Alonso González**

Estudió la Licenciatura en Derecho en el ITAM y una Maestría en Políticas Públicas en Londres, Inglaterra, en University College London. Ha trabajado en diversos despachos jurídicos como abogado en las áreas de propiedad intelectual, litigio administrativo y de amparo.

En el 2009, fue electo Diputado Federal por el Partido Verde Ecologista de México, representando a la segunda circunscripción. Preside la Comisión Especial de Acceso Digital, es Secretario en la Comisión de Economía e integrante en las Comisiones de Cultura y Justicia.

Activo impulsor del sector de las telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. Desde el 2009, participó en la formulación de la propuesta de Agenda Digital Nacional (ADN) con representantes de las principales cámaras de la industria de TICs, legisladores, académicos y analistas del sector. El documento final fue presentado en Abril de 2011 al Secretario de Comunicaciones y Transportes, al Rector de la UNAM y al Presidente de la COFETEL, entre otros. Participó como orador en *World Economic Forum* (WEF) para Latinoamérica.

Ha participado como conferencista, orador o invitado especial en diversos congresos, seminarios y talleres a nivel nacional e internacional convocados por organizaciones empresariales de Tecnologías de la Información y comunicación (TICs) como la CANIETI, AMIPCI, ANADIC y AMITI, organismos internacionales de la talla de la OCDE, la UIT y el Consejo de las Américas, el Gobierno de Taiwán,

el Gobierno Federal, Gobiernos Estatales y la Escuela de Gobierno de J.F. Kennedy en la Universidad de Harvard, entre otros.

Entrevistado en cápsulas, mesas de discusión y en foros en diversos medios electrónicos y escritos como el Noticiero de Joaquín López Dóriga, Primero Noticias de Carlos Loret de Mola, Hechos de Javier Alatorre, Milenio Televisión, Cadena 3 y en periódicos como Reforma, El Universal, Milenio, Excélsior y la Revista Política Digital para abordar diversos temas relacionados con las TICs.

Desde 2010 es articulista quincenal del periódico Excélsior, periódico de circulación nacional, en donde analiza temas de Tecnologías de la Información y telecomunicaciones.

Miembro del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) y del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET).

**463 Sergio Carrera Riva Palacio**

Licenciado en Economía por la UNAM y maestro en administración por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, actualmente se desempeña como Director Ejecutivo del INFOTEC, centro público de investigación perteneciente a la red de centros CONACYT.

**63 Dip. Tomás Gutiérrez Ramírez**

Diputado Federal, (PAN). Integrante de las Comisiones de Ciencia y Tecnología, Energía y Especial de Acceso Digital. Licenciado en Comunicaciones y Electrónica, Ha ocupado diversos cargos partidistas en el PAN así como en cargos de elección popular, entre las cuales figura el de Diputado Local LX Legislatura 2006-2009 y de la administración pública local de Guanajuato.



## *Glosario de abreviaturas de Organizaciones*

<b>AMIPCI</b>	Asociación Mexicana de Internet
<b>AMITI</b>	Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información
<b>ANIEI</b>	Asociación Nacional de Instituciones de Educación en Informática
<b>CANIETI</b>	La Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información
<b>COFETEL</b>	Comisión Federal de Telecomunicaciones
<b>OCDE</b>	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos