



## El proceso de digitalización en medios públicos, alcances y retos en la instrumentación de TICs (\*)<sup>1</sup>

Rosa Elba Arroyo Álvarez

[rarroyo@gmail.com](mailto:rarroyo@gmail.com)

[rarroyo@comunidad.unam.mx](mailto:rarroyo@comunidad.unam.mx)

Universidad Nacional Autónoma de México

### Resumen

Desde el año 2014, la **Reforma Constitucional a la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión** establece un primer intento por atender la operación de los **medios públicos** al reconceptualizarlos llamándolos ahora “**medios de comunicación de servicio público**”.

La conceptualización de este tipo de medios en México ha mostrado generar confusión en el modelo de medios públicos que opera en el país. De manera anticipada a esta reforma, estos medios han transitado en los últimos años hacia nuevas formas de producción y generación de contenidos. Los **medios de comunicación** en general se han visto involucrados en la vorágine de la transformación tecnológica desde finales del s. XX y en los primeros años del s. XXI. Estos cambios han propiciado nuevas plataformas de difusión y plantean en la etapa de la **sociedad de la información y el conocimiento (SIC)**, retos importantes en el carácter de “**servicio público**” que brinda a la sociedad.

---

<sup>1</sup> (\*) El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación que con el título: El proceso de digitalización en medios públicos, alcances y retos en la instrumentación de TICs, se lleva a cabo actualmente bajo el Programa de Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales en la Maestría de Comunicación.



Así, el presente trabajo busca describir cómo estos factores, por un lado el proceso de digitalización y de manera casi simultánea la reconfiguración del concepto de medios públicos ahora denominados “medios de comunicación de servicio público” establecida en la nueva ley, tienen una influencia considerable en las formas de comunicación que se establecen entre el Estado, representado en parte por esos medios y la sociedad que para fines de este trabajo será estudiada a través de las audiencias de esos medios, en el marco del desarrollo tecnológico y la era digital.

La **conceptualización de medios de servicio público** en la ahora ya aprobada **Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión** y en la **Ley del Sistema Público de Radiodifusión**, adquiere un tono relevante. Con la reforma y posterior promulgación de estas leyes el concepto de medio público se delimita un poco más. Persisten, sin embargo, inquietudes en cuanto a si verdaderamente se transitará por fin a la operación de medios al servicio del **interés público**, y sobre todo si las herramientas digitales pueden proporcionar plataformas y accesos para que estas audiencias ejerzan su ciudadanía a través de estos medios y a la vez estos medios trasciendan más allá de lo que históricamente ha operado en México a través de ellos: la comunicación oficial.

**Palabras clave:** Reforma Constitucional a la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión, medios públicos, “medios de comunicación de servicio público”, medios de comunicación, sociedad de la información y el conocimiento (SIC), “servicio público”, conceptualización de medios de servicio público, Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y en la Ley del Sistema Público de Radiodifusión, interés público.

**Abstract**

Since 2014, the **reform of the Telecommunications and Broadcasting Law in Mexico** addressed a first approach in order to attend national public media redefining it as “**public service media**”. The reform achieved the recognition of existence of a “**public service**





*model” distinguishing it from the traditional conception of “official media”, “government media”, or “public property media”. Concepts surrounding the term of “public media” have had a long history of confusion in Mexico.*

*Additionally, before this reform was even planned, Mexican media had transit in recent years into a **digitalization process** that enhanced the implementation of **digital technology** and had also probably driven to a different kind of **communicative interactions** with their **audiences**.*

*This project has the objective to describe how public media in Mexico had transit into “the digital era” at the same time that legal reforms stablished a new concept within the law linked to a public service model and the public interest. It focus on how digitalization is apparently affecting the **communicative interaction** between the State represented by the public media and their audiences representing a part of Mexican society.*

*The the new concept of public media in the law seems to be relevant. Questions, though, persist around this new conceptualization: Is public interest really involved in the way public media is interacting with their audiences? And, is digital technology allowing these audiences to improve their citizenship?*

***Key words:** The reform of the Telecommunications and Broadcasting Law in Mexico, “public service media”, “public service model”, “official media”, “government media”, “public property media”, “public media”, digitalization process, digital technology, communicative interactions, audiences, communicative interaction.*





## El proceso de digitalización en medios públicos, alcances y retos en la instrumentación de TICs

Rosa Elba Arroyo Álvarez

[rarroyo@gmail.com](mailto:rarroyo@gmail.com)

[rarroyo@comunidad.unam.mx](mailto:rarroyo@comunidad.unam.mx)

### OBJETIVO GENERAL

Describir a partir de las interacciones comunicativas entre los medios de comunicación públicos y sus audiencias, los cambios que se han generado en la comunicación Estado-sociedad a partir del proceso de digitalización de estos medios

### HIPÓTESIS

El proceso de digitalización ha generado cambios en la interacción comunicativa entre los medios de públicos y la sociedad representada en sus audiencias. Estos cambios parecen posibilitar una comunicación con mayor atención a lo público y menos oficial.

### DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

**TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Exploratoria

### TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:

- Entrevistas a profundidad
- Observación en campo

### FUENTES DE DATOS:

#### Primarias:

1. Recopilación de datos a través de una revisión bibliográfica, hemerográfica y ciberográfica sobre el tema.



2. Ley Federal de Telecomunicaciones y Ley del Sistema Público de Radiodifusión
3. Servidores públicos, defensores de audiencias, periodistas de medios públicos y audiencias de medios públicos.
4. Encargados de las plataformas digitales o de las áreas de contenidos en redes de los medios públicos.
5. Monitoreo de un noticiero en un medio público de comunicación.

#### Secundarias:

1. Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)
2. Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)
3. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
4. Informes UNESCO sobre uso de Tecnologías de Información
5. Gobierno Federal (Presidencia de la República y Secretaría de Gobernación)



## El proceso de digitalización en medios públicos, alcances y retos en la instrumentación de TICs

### INTRODUCCION

La recientemente aprobada *Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión y las leyes promulgadas que derivaron de ella*, no sólo han desatado en los últimos años un debate importante sobre temas relacionados con la problemática que enfrenta el país de cara a la construcción de la Sociedad de Información y Conocimiento (SIC), sino que ha llamado en particular la atención sobre la necesidad de adaptar a los medios públicos a esta nueva etapa, al haber logrado por primera vez una definición distinta a la de “medios oficiales”, “medios de gobierno” o “medios de comunicación de propiedad estatal” y llamarlos ahora “medios de comunicación de servicio público”.

Sin embargo la conceptualización del medio de comunicación público pareciera abrir una oportunidad tanto a los medios para ejercer “lo público” como a sus audiencias para contar con espacios que le permitan ejercer ciudadanía.

Para fines de esta investigación y a reserva de poder comparar esta definición con la utilizada en otros países del mundo, el concepto de medios públicos que se considerará será aquel establecido en la nueva ley. Asimismo, se concibe al medio público como un medio que todavía en México presenta características estatales que lo hacen difícil de desvincular de la representación del Estado. Por último, las audiencias serán consideradas en su calidad de representantes de una parte de la sociedad que interactúa con estos medios ahora a través de las herramientas digitales.

Por otro lado, y en línea con el objetivo central de este trabajo, se buscará sustenar la investigación considerando la teoría de estructuración de Giddens, entendida como el





preceso en el que una estructura ya establecida se modifica o reconstituye gradualmente en función de procesos de dualidad de estructuras, es decir, donde los agentes sociales en este caso los medios públicos y la sociedad representada en sus audiencias son a la vez elementos constitutivos y habilitadores de esa reconfiguración.(Giddens, 200)

*La reconceptualización de “medio público” en la nueva ley*

Como es sabido, los medios públicos hasta este momento se habían caracterizado por responder a las directrices marcadas por la administración en turno. La difusión de información y los servicios que debieran brindar generalmente se habían visto afectados por un mal aprovechamiento de los recursos disponibles para su operación o bien por una escasa y/o deficiente infraestructura para realizar su labor social. Al abrir la puerta para recibir recursos adicionales a los que reciben de la federación, la reforma abre la puerta a los medios públicos para poder enfrentar los cambios tecnológicos de una mejor manera. (Sosa Plata, 2013)

La reforma marca así una pauta fundamental en la concepción de los medios públicos, en primer término porque los reconoce, y los llama por primera vez por su nombre y ya no ‘medios oficiales’, como los catalogaba la Ley de Radio y Televisión. En segundo, porque las señales de los medios públicos federales van a poder contar con mayor cobertura en la televisión restringida, porque ahora se obligará a los concesionarios a retransmitir su señal. (Solís Leree, 2013)

Es en esta “pauta fundamental de la concepción de los medios públicos” donde esta propuesta de investigación encuentra su razón de ser. La reforma plantea un gran avance al reconocer la existencia del medio público y diferenciar su operación del







antiguo concepto de “medio oficial” o “medios de gobierno”. Sin embargo, se vislumbran importantes retos en términos de atender al concepto de “servicio público” con el que han sido renombrados y para el que supuestamente fueron concebidos. Adicionalmente, la adaptación a la era digital y el acceso, uso y aprovechamiento de las tecnologías de información representa también un reto en cuanto brindar un servicio público a sus audiencias y poder producir al mismo tiempo contenidos con atención a su objetivo social, entendido este como la atención al interés público, o de “lo público”.

Desde mucho antes del decreto de esta reforma constitucional, conceptos como “inclusión digital”, “brecha digital”, “interconectividad”, “convergencia digital”, “tecnologías de la información”, “sociedad de la información y conocimiento”, “gobierno digital” y “agenda digital nacional” se habían ubicado en el centro del debate enfatizando los requerimientos del país no sólo en materia de la infraestructura y la cobertura, sino que además desde años atrás se había revelado la profunda necesidad de un marco legal que permitiera un buen uso y máximo aprovechamiento de las tecnologías de la información en beneficio de la sociedad.

Este trabajo centra también su atención en el análisis de los procesos que han seguido hasta el momento los medios públicos de comunicación para adaptarse a una transición que surgió de una forma inesperada y más bien forzada por la revolución tecnológica de la última década del s. XX y la primera del s. XXI y busca identificar si en este proceso han podido mantener en su comunicación el interés público tanto en contenidos como en la atención a las demandas de sus audiencias.

El análisis del proceso de digitalización y la instrumentación de TICs resulta relevante toda vez que será a través de estos procesos como en los próximos años se observará si los recursos canalizados a estos medios por parte de la federación pueden







efectivamente contribuir a que estos medios mejoren sus prácticas de difusión en favor de la sociedad y el bien público.

*Globalización y revolución tecnológica: la sociedad red y la comunicación en la era digital*

En 1984 cuando el sociólogo británico Anthony Giddens publicó “La Constitución de la Sociedad”, el mundo experimentaba cambios acelerados e importantes. Asistimos entonces a las primeras manifestaciones de lo que luego se convertiría en la reconfiguración de un orden mundial y en cambios profundos en materia de comunicación surgidos a raíz de la revolución tecnológica que se avecinaba tras la irrupción del Internet y las tecnologías de información vinculadas a la red.

Los medios de comunicación iniciaban a partir de estos hechos una transformación sustancial en las formas tradicionales de procesar y difundir la información y al mismo tiempo las audiencias de estos medios, -al tener cada vez mayor acceso a herramientas sofisticadas como las redes sociodigitales y los sistemas de comunicación avanzados-, demandaban a dichos medios formatos y ofertas informativas y de entretenimiento muy distintas a las tradicionalmente conocidas.

La dinámica de la “sociedad interactiva” que según Manuel Castells se presenta a partir de la comunicación a través del ordenador a finales del siglo pasado, conlleva implicaciones sociales importantes a destacar en los nuevos procesos de comunicación: “Más allá de la realización de las tareas profesionales, los usos de la comunicación a través del ordenador ya alcanzan todo el ámbito de la comunicación social” (Castells, 2011)





A partir de esta inferencia, Castells desarrolla el concepto de *Sociedad Red* basado en el uso de la tecnología y las interacciones que esto genera a partir de la revolución digital. Así, Castells señala: “Las redes digitales son globales porque su capacidad de reconfiguración no posee límites. Por tanto, una estructura social cuya infraestructura esté basada en las redes digitales es global por definición: la sociedad red es una sociedad global. Ello no significa que las personas de todo el mundo estén incluidas en ella... pero todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en las redes globales de esta estructura social dominante” (Castells, 2006)

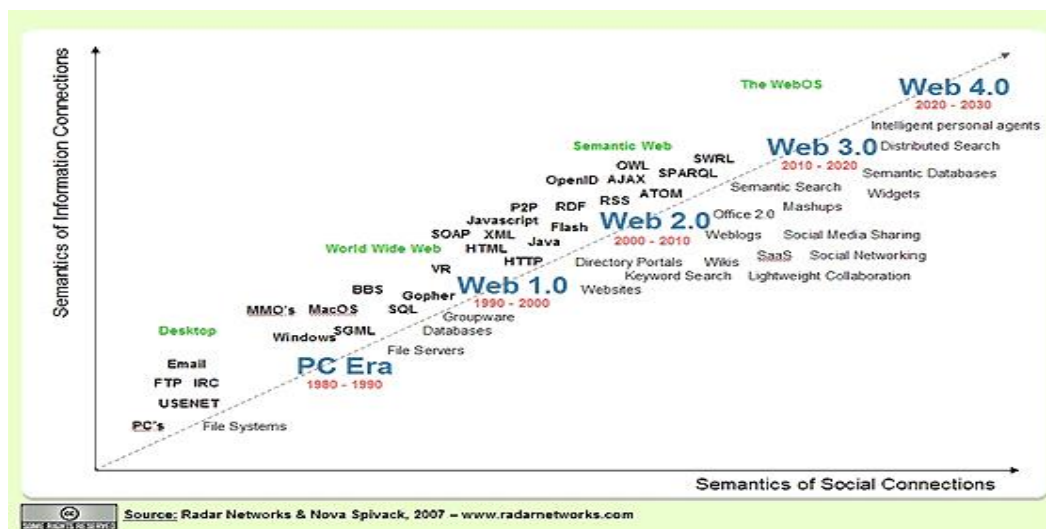
Efectivamente, la llamada revolución tecnológica ha dado paso a nuevas formas de comunicación y a nuevos actores sociales. La ciencia y la tecnología se han globalizado y la globalización está reestructurando nuestro modo de vivir de forma muy profunda. (Giddens, 2000) Y aunque no todas las sociedades tengan acceso a estas tecnologías, lo que es un hecho es que el efecto invade incluso a las comunidades más recónditas del país.

El proceso de digitalización que ha sido característica de esta etapa, ha generado más y mejores canales de comunicación al resumir en un solo soporte físico millones de documentos. La navegación por Internet ha permitido migrar a sistemas cada vez más analíticos y a una cada vez más compleja sistematización de la información. (Ver gráfica 1) Esto a su vez ha dado lugar a nuevas formas de comunicación hasta llegar a lo que ahora conocemos como WEB 3.0 que no es más que una forma evolucionada en el manejo de datos donde Internet por sí mismo tiene la capacidad de establecer bases de datos semánticas y generar interconectividad entre los mismos. (Mc Millan Dictionary y Lifeboat Foundation, 2013)



La Gráfica 1 describe este proceso de evolución tecnológica y proyecta el futuro de los alcances que las tecnologías de información lograrán, con lo que al mismo tiempo se vislumbran nuevos retos en materia de comunicación y políticas públicas que permitan no sólo un buen uso de estas herramientas sino su adecuada operación en favor del interés público y el bien común.

**Gráfica 1**  
**Proceso evolutivo de las tecnologías de información desde 1980 y**  
**Proyección al 2030**



Fuente: Lifeboat Foundation. Web 3.0: The Third generation web is coming. Recuperado el 14 de enero de 2014 de: <http://lifeboat.com/ex/web.3.0e>:

Considerando esta gráfica, la investigación buscará también sustentar qué herramientas están siendo utilizadas en general por algunos medios públicos de comunicación, y lo más importante: cuáles de estas herramientas están siendo utilizadas en interacciones comunicativas con sus audiencias, ofreciéndoles un espacio de expresión para el ejercicio de su ciudadanía.



Los efectos de la era digital en la comunicación implican una normalización en el uso de nuevas formas tecnológicas y productivas. La gestión de estos documentos ha experimentado en la última década un salto cualitativo y la sistematización de la información a nivel digital representa retos tan importantes en materia de generación de contenidos, difusión y responsabilidad social dentro de los medios de servicio de interés público.

Por ello este trabajo parte de la premisa de que el procesamiento, difusión y sistematización de canales adecuados de información es una de los grandes pendientes de los estudiosos de la comunicación para el futuro.

En este escenario, los medios de comunicación observan cambios notables respecto de los viejos paradigmas por los que se regían y crean un nuevo marco de operaciones, un nuevo campo de juego, en el que tampoco está demasiado claro cuáles son las reglas. (Arroyo, 2012)

La revolución tecnológica a la que asistimos ha traído consigo un sinnúmero de retos en materia de políticas públicas y regulación en casi todos los aspectos: económico, político, social, cultural y obviamente en el tecnológico. (Reinicke, 1998) La digitalización de la información, la aplicación de TICs y la sistematización de sus procesos informativos son tres pistas en las que los medios de comunicación en general tendrán que operar al tiempo que las innovaciones tecnológicas continúan surgiendo.

Sin embargo para efectos de este trabajo, los medios públicos enfrentan el reto adicional de verse obligados a considerar forzosamente en esta operación al objeto





social para el que fueron creados. Las políticas públicas que se han generado hasta el momento y las que deriven de este constante proceso de evolución tecnológica tendrán el reto de generar sistemas cada vez más organizados y accesibles para el usuario de los medios públicos en México. Además, no quedarán exentas de considerar las regulaciones que a nivel internacional están ya en puerta para proteger los derechos de propiedad, la seguridad y la privacidad de la información.

A partir de la revolución tecnológica y en una era digital, la capacidad de demandar mejores contenidos, ejercer derechos ciudadanos y utilizar a los medios de comunicación de servicio público como un instrumento de transparencia y de espacio ciudadano, puede modificar el tipo de comunicación que se establece entre el Estado, representado aún en México en estos medios de comunicación y la sociedad que, para fines de este estudio, será estudiada desde las audiencias de los medios públicos, ahora digitalizados.

Hoy la oportunidad planteada incluso en la propia ley a partir de la reformulación de un concepto y de los procesos de digitalización de los medios públicos, se vislumbra una ligera esperanza en torno al papel que los ahora llamados “medios de comunicación de servicio público” puedan llevar a cabo una reconfiguración de la comunicación hasta ahora existente el Estado y la sociedad en nuestro país.



## BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFÍA Y CIBEROGRAFÍA:

- [1] AMIPCI. (2011). Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet 2011. Recuperado el 4 de noviembre de 2011 de: <http://www.slideshare.net/Ready2fill/amipci-estudio-de-habitos-de-losusuarios-de-internet-2011-mxico>
- [2] Alva de la Selva, A.R. (2012) Brecha e inclusión digital en México: hacia una propuesta de políticas públicas. México: UNAM.
- [3] Alva dela Selva, A.R. y Estenou Javier. Coords. (2009) La Ley Televisa y la lucha por el poder en México. Colección Teoría y Análisis. México: Universidad Autónoma de México (UAM)
- [4] Arroyo, L. (2012) Cajas Mágicas. El renacimiento de la Televisión Público de América Latina. Madrid: Editorial Tecnos.
- [5] Belcher, Wendy L. (2013) Cómo escribir un artículo académico en 12 semanas. Guía para publicar con éxito. Flacso México. Segunda reimpresión.
- [6] Bolter, J. & Grusin, R. (2000). Remediation. Understanding New Media. USA: MIT Press.
- [7] Bustamante, E. (coord.). (2002). Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona: Gedisa.
- [8] Bustamante E. coord. (2003) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Barcelona Gedisa.
- [9] Castells, M (1997) La era de la información. Economía y Sociedad. Vol. 1. Madrid: Alianza Editorial.
- [10] Castells, M. (2001) Tecnología de la Información y Capitalismo Global, en Giddens A. y Hutton W. En El Límite. Barcelona: Tusquets.
- [11] Castells, M. (2001) La galaxia Internet. Barcelona: Plaza y Janés.
- [12] Castells, M ed. (2006) La sociedad red, una visión global. Alianza Editorial. Primera edición.



- [13] Castells M. (2012) Comunicación y Poder. S. XXI Editores.
- [14] Dennis E. y Merrill J. (1996) Media Debates. Issues in Mass Communication. EUA: Longman Publishers.
- [15] De Sola Pool, I. (1983). Technologies of freedom. Cambridge: Harvard.
- [16] Diario Oficial de la Federación (2013 y 2014) 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. México: Gobierno Federal.
- [17] El Financiero, (17 de mayo 2013) Reforma en Telecomunicaciones abre nuevas posibilidades en medios públicos. Recuperado el 14 de enero de 2013 de: <http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2013/05/17/reforma-en-telecomunicaciones-abre-nuevas-posibilidades-a-medios-publicos-expertos-el-financiero>
- [18] Elder Linda & Paul R. (2005) The Miniature Guide to the Art of Asking Essential Questions. The Foundation Critical Thinking. 3<sup>rd</sup>. Edition. Recuperado el 2 de diciembre de 2014 de: <http://www.criticalthinking.org/files/SAM-Questions2005.pdf>
- [19] Giddens, A. (2000) Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Barcelona: Taurus.
- [20] Giddens, A. y Hutton W. eds. (2001) En el límite. La vida en el capitalismo global. Barcelona: Tusquets Editores.
- [21] Giddens, A. (2000) La tercera vía y sus críticos. Barcelona: Taurus.
- [22] Giddens, A. (2011) La constitución de la sociedad, bases para la teoría de la estructuración. Amorrurtu Editores. 2da. Edición, pp. 422.
- [23] González David, Medios de comunicación y estructuración de audiencias masivas, en Razón y Palabra, No. 61. Recuperado el 11 de octubre de 2014 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/dgonzalez.html>,





- [24] Juárez Julio Y Ferrell Lowe G. (2012) Breaking the Mold with New Media, Making Way for a Public Service Provider in Mexico? En Ferrell G and Steemers J. Regaining the Initiative for Public Service Media. Sweden, University of Gothenburg, Nordicom.
- [25] Lifeboat Foundation. Web 3.0: The Third generation web is coming. Recuperado el 14 de enero de: <http://lifeboat.com/ex/web.3.oe>:
- [26] Massey, K. (2002) Readings in Mass Communications. Media Literacy and Culture. EUA: McGraw-Hill Co.
- [27] McLuhan, M. (1998) La galaxia Gutenberg:génesis del homo typographicus. Madrid: Círculo de Lectores.
- [28] McMillan Diccionario. Definición de Web 3.0 (2013) Recuperado el 14 de enero de: <http://www.macmillandictionary.com/us/buzzword/entries/web3.html>
- [29] McQuail D. (1985) Introducción a las teorías de la comunicación de masas. Barcelona, Paidós. 3era edición.
- [30] McQuail D. (1992) La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires Amorrurtu.
- [31] Navarro F.y Villanueva E. (208) Medios de servicio público y transparencia, análisis y medición de desempeño. Senado de la República- Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, pp. 565.
- [32]OCDE (2013). OECD Communication Outlook 2013. OECD Publishing. Recuperado el 28 de noviembre de 2013 de: <http://www.oecd.org/sti/broadband/communications-outlook.htm>.
- [33] Ortega, P. (2011). Panorama de los Medios Públicos. Panorama de la Comunicación en México 2011. . Desafíos para la calidad y la diversidad. México: AMEDI.
- [34] Punch, Keith, F. (2005) Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches (Essential Resource Books for Social Research), SAGE Publications Ltd; Edición: Second Edition.





- [35] Reinicke, W. (1998) Global Public Policy. Governing without government? Washington D.C.: Brookings Institution Press.
- [36] Sánchez Ruiz, E. (1990) Medios de Difusión y Sociedad. Notas críticas y metodológicas. México: Centro de Estudios de la Información y la Comunicación.
- [37] Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.
- [38] Sosa Plata, G. y Leere, B. Reforma en Telecomunicaciones abre nuevas posibilidades en medios públicos. Recuperado el 14 de enero de 2013 de:  
<http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2013/05/17/reforma-en-telecomunicaciones-abre-nuevas-posibilidades-a-medios-publicos-expertos-el-financiero>
- [39] Toussaint, F. (2011). Propuestas para la televisión pública en México. En Trejo, R. & Vega, A. Diversidad y calidad para los medios de comunicación. Diagnósticos y propuestas: Una agenda ciudadana. México: AMEDI
- [40] Trejo, R. (2006). Viviendo en el Aleph, la sociedad de la información y sus laberintos. Barcelona. Gedisa.
- [41] Vilchis L (2011) La Investigación en Comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa.