



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

**DEL TRANSMISOR AL TRANSMEDIA. LOS RETOS DE LA  
TELEVISIÓN PÚBLICA EN MÉXICO ANTE LA  
CONVERGENCIA DIGITAL: CASO  
CANAL 22.**

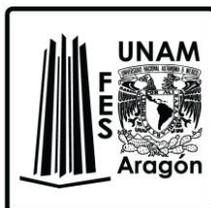
**T E S I S**

**ENSAYO**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN Y  
PERIODISMO**

**P R E S E N T A:**

**MARTHA PATRICIA OROZCO GUEVARA**



**DIRECTOR DE TESIS:  
LIC. ERIKA CONSTANZA CASTILLO  
ARTEAGA  
2016**

**CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL, ESTADO DE MÉXICO 2017**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

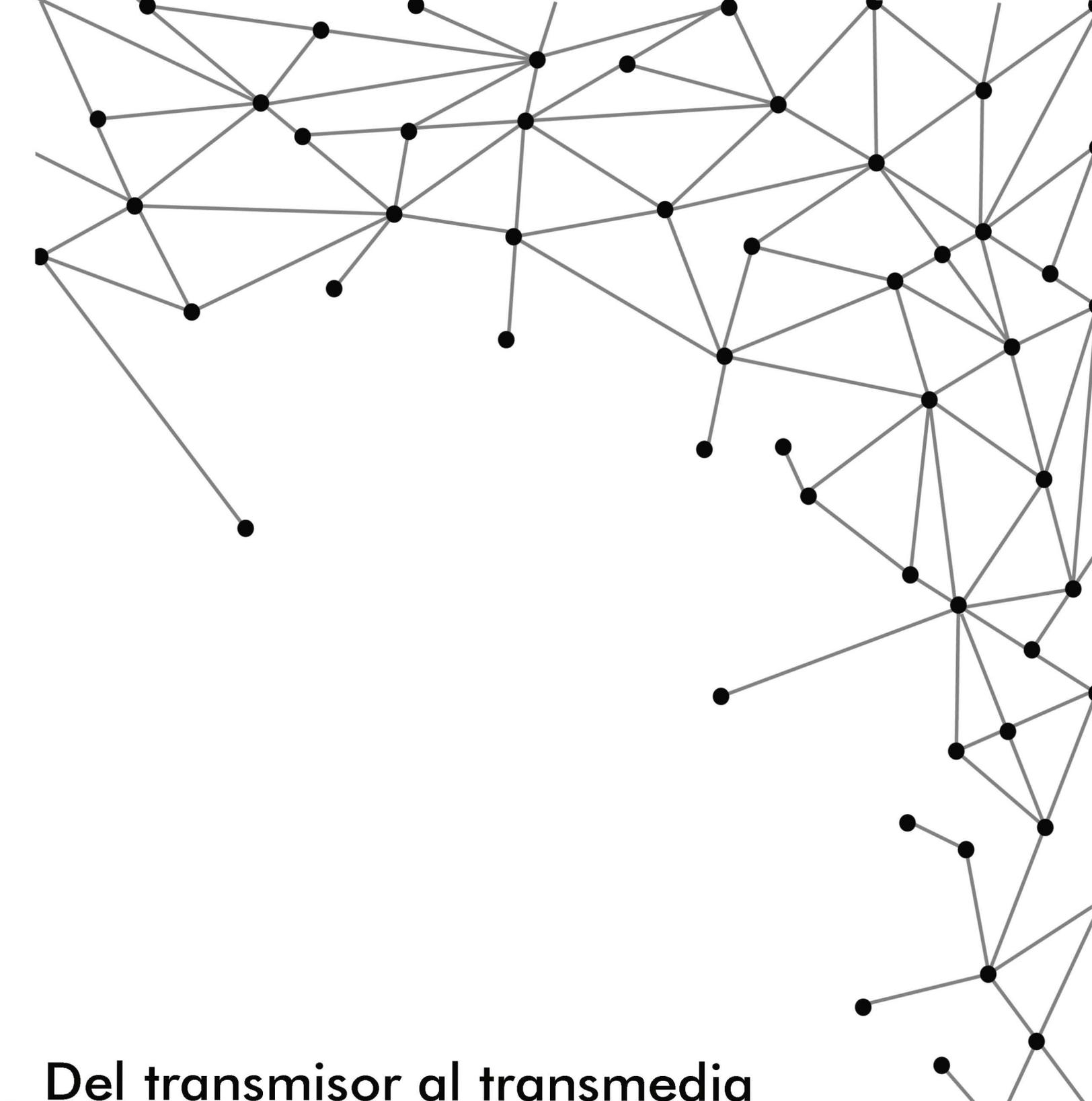


**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



# Del transmisor al transmedia

Los retos de la televisión pública en México:  
Caso Canal 22. Ensayo.

# Índice

**Un país sin pluralidad de medios sería como ver la misma imagen todo el día. A manera de presentación.....3**

**1. De la perilla al control: la transformación en el tiempo de nuestra historia con el televisor.....6**

1.1 Del sistema interno al externo, descripciones y efectos: la televisión..... 14

1.1.1 Dinámicas de consumo: de cómo pasa el tiempo y lo transforma todo.....18

1.1.2 Televisión pública en México. Del concepto y su relevancia en nuestro país.....21

1.1.3 Canal 22, televisión pública de México.....32

**2. Bits vs átomos, de conceptos y términos en la era digital; y de cómo han afectado nuestra vida cotidiana.....38**

2.1 El usuario y la tecnología: el nacimiento de una relación indefinida.....47

2.2 El significado de internet en la vida del mexicano en números.....58

**3. Transmedia, la alternativa al modelo tradicional de la televisión...62**

3.1 Convergencia de televisión/red.....63

3.2 Es ojo porque te mira. Retrato de un nuevo televidente.....81

**4. Canal 22: televisión pública en la era digital, del presente y futuros proyectos.....83**

4.1 Retos de Canal 22, como televisión pública en la era digital...95

4.2 Comentarios, quejas y dudas: el Defensor del televidente.....96

4.3 La televisión pública en otros países.....108

**Del botón a lo que sigue. A manera de conclusión.....112**

**Fuentes de consulta.....118**

Bibliografía.....118

Archivos digitales.....120

Cibergrafía.....121

Hemerografía.....124

Conferencias.....124

Entrevistas.....124

“Bienvenidos a la cultura de la convergencia, donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles.”

Henry Jenkins

## **Un país sin pluralidad de medios sería como ver la misma imagen todo el día.<sup>1</sup> A manera de presentación**

"Son muy pocas las herramientas que transforman la cultura al punto de reescribir el pasado e inventar el futuro. Las escasas que lo logran son compuertas evolutivas".

Alejandro Piscitelli

A más de uno de los estudiantes de la licenciatura les debió pasar, lo que ahora mis padres recuerdan con cariño, pero que en algún momento les molestó tanto que llegaron a la determinación de no ver la televisión conmigo, no les gustaba que les arruinara su programa favorito con críticas de calidad de los programas, y he de aclarar que no era por maldad, actitudes que ya tenía en preparatoria y que parecieron acentuarse en la universidad, pero desde antes de ésta pensaba en la necesidad de contenidos de mayor calidad en la televisión.

Algunos dicen que es el mexicano quien elige ver lo que se ve, lo cual no descarto, pues uno tiene la decisión final de lo que ve o no, pero ¿qué pasa con la diversidad? En los canales abiertos propios de la televisión privada, reinan los mismos contenidos, son pocas las opciones, es poca la televisión que tenemos realmente preocupada por su público. Conscientemente Emilio Azcárraga uno de los empresarios mexicanos de la televisión ha declarado que sus programas atienden a lo que considera como clases jodidas y que no saldrán de jodidas.

Jenaro Villamil en un artículo de la revista Proceso, opina que la familia Azcárraga ha mantenido el nivel de la televisión que hacen para mantener su negocio y garantizar que los “jodidos”, se somentan al sistema y control político.

Como lo decía en un principio, los mexicanos merecemos televisión de calidad, ciudadana, cercana a nosotros, real, entretenida y no por eso menos inteligente.

---

<sup>1</sup> Frase basada en el mensaje de protesta de las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio, previo a la aprobación de la llamada “Ley Televisa” el 29 de marzo de 2006

La televisión pública en México, ha sido descuidada por el gobierno. Nos regimos bajo un esquema económico que da prioridad a la inversión privada en televisión. Como ya sabemos existen dos modelos de televisión pública en Latinoamérica, el europeo y el estadounidense y México se mantiene intermedio entre estos dos.

Durante la década de los treinta, la inversión para el desarrollo de equipos transmisores, antenas y más, fue apoyado económicamente por Emilio Azcárraga Vidaurreta, uno de los primeros concesionarios del país. Esto nos deja ver cómo es que la televisión comercial se fue consolidando en México.

La tecnología de ese entonces a la que ahora conocemos es diferente y algunos dicen, que la tecnología desvirtúa el contenido, pero pueden representar una oportunidad para proliferar la televisión pública. Sé que no todo lo es la plataforma, pero también entiendo que vivimos un momento crucial en nuestro país, que ha atravesado por el apagón analógico, y que hay una evolución que no se puede detener, y más nos vale avanzar con ella o morir en el camino.

Uno de los más grandes miedos es perder la calidad en el contenido debido a la inmediatez que internet exige. Por el contrario, considero que partiendo del propósito de la difusión y la apertura, es de donde se inicia este camino hacia el uso de la tecnología en la televisión pública.

En los últimos años Canal 22, ejemplo de canal de televisión pública, emprendió el camino hacia la vanguardia digital, tanto en su formato como en la aplicación la tecnología en su contenido. En este contexto público donde los presupuestos son reducidos y los espacios para el ciudadano son pocos, Canal 22 se ha logrado posicionar como uno de los primeros canales de televisión pública completamente digital.

A través de esta investigación busco describir el comportamiento de la televisión pública en México y los retos que enfrenta en la era digital, en un panorama donde las dinámicas de consumo han sido modificadas por la llegada de la tecnología a la vida cotidiana, y analizaremos a Canal 22, como ejemplo de televisión pública frente al cambio.

## **De la perilla al control: la transformación en el tiempo de nuestra historia con el televisor**

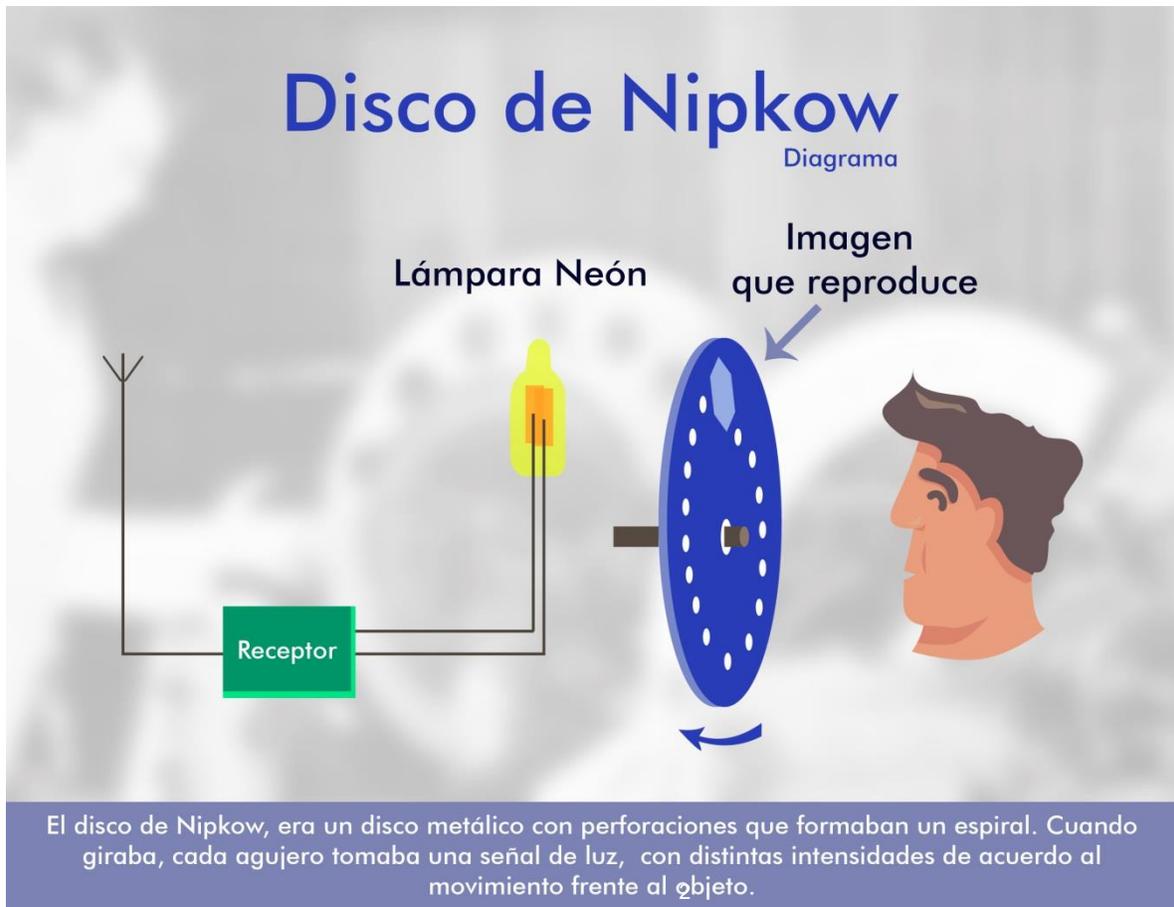
Debido a que el presente es siempre  
un período de penoso cambio,  
cada generación tiene una visión  
del mundo en el pasado.  
Marshall McLuhan

Se ha encendido la pantalla, con un botón rojo inicia todo, antes se habría girado una perilla, antes de ese antes, el proceso habría sido más laborioso, pero de una u otra forma se abrió el portal al festín de imágenes, al espectáculo, un viaje visual, poder estar en dos lugares al mismo tiempo, quizá más allá que acá. La televisión parece haber sido creada para combatir el miedo a la soledad que nos asedia desde la niñez hasta la vejez, la insaciable necesidad de comunicar y hacer llegar, y el impulso de viajar porque muy en el interior de nuestro ser extremadamente sedentario tenemos un nómada latente.

La historia nos lleva a entender que tenemos una fascinación por lo visual y un impulso por plasmar todo aquello que nos pasa y después repasarlo con los ojos, registrarlo una y otra vez en la mente, desde las pinturas rupestres hasta lo más actual en fotografía, video, o cualquiera que sea el formato de la imagen, por encontrar formas y revelarlas, por divulgar. Y es en este recorrido de evolución de la imagen en el que las plataformas se han transformado, en el que la televisión ha llegado para no abandonarnos y recorrer con nosotros — desde la generación que la vio nacer hasta quienes han nacido con ella—, la vida.

Hablemos de televisión, de su transformación, de cómo nos hemos transformado con ella, pero sobre todo, de lo que ahora es y de lo que puede llegar a ser. En esta marcha me interesa saber y narrar la historia de la televisión pública en México, pero sobre todo la relación de la televisión pública y tecnologías de información y comunicación; y sus proyecciones a futuro.

Antes de hablar de nuestro presente y de un futuro, rebobinaremos el video para encontrarnos con Paul Nipkow, un joven ingeniero que extrañaba a su familia, pues estaba lejos de ella; entonces quiso con sus conocimientos crear algo que le hiciera por lo menos ver a su familia a la distancia —habría sido muy feliz con las videollamadas actuales, pero en su tiempo no había eso, quizá la distancia que sentía habría sido menos—.



Elaboración propia con información de [Historia de los medios Blog](#).

Nipkow nunca vio realizado su sueño pero sí fue la primer pieza de la maquinaria, confío en que estaría orgulloso de ser parte importante de esto que llamamos televisión. Este primer paso fue más bien aprovechado por Jonh Logie Baird, quien tiempo después trajera a la humanidad la posibilidad de transmitir una imagen de un lado a otro.

---

<sup>2</sup>Historia de los medios, Blog, “Precursores de la televisión”, disponible en: <https://goo.gl/CrWYUub>, consultado el 22 de febrero de 2016

La noticia pronto llegó a distintas partes en mundo Francia, Rusia, Estados Unidos, sin embargo el primer lugar en donde se lograron transmisiones de manera regular fue en Inglaterra.<sup>3</sup> Hasta que uno de los grandes males de la humanidad llegó, la Segunda Guerra Mundial; como no había dinero para invertir más que en armas, el progreso de la televisión se detuvo.

Los cambios físicos de la televisión como aparato son evidentes; las televisiones eran unas cajas pesadas y voluminosas, cuyos primeros modelos fueron una unidad: un mueble de tamaño considerable con una pequeña pantalla.

Para cambiar de canal tenían que acercarse a ella. También la calidad de la imagen dependía en gran medida de la antena “de conejo” que había que mover cuidadosamente para obtener una imagen con calidad a blanco y negro, y no un cúmulo de líneas con ruido inquietante. Moverla de lugar, imposible, la televisión de cinescopio siempre fue un objeto difícil, pesado, estorboso, pero venerado.



—Hacia arriba, hacia abajo, un poco a la derecha, más a la izquierda, ¡ahí!, ¡ahí!, ¡no, como estaba antes!, sí—, se escuchaba cuando alguien valientemente decidía arriesgarse a buscar mejor calidad en la imagen y pedía ayuda a quien para que le indicara cómo se veía mejor.

Ver televisión, sugiere un acto colectivo, desde sus inicios hasta la actualidad, —bueno quizás ahora pueda ser un acto más individual, aunque hay rituales que aún se realizan con regularidad, como ver un partido de fútbol o una película en

familia—; las primeras proyecciones o enlaces, se hacían en lugares públicos,

---

<sup>3</sup> “Historia de la televisión”, disponible en: <http://goo.gl/IE6nCx>, consultado el 20 de noviembre de 2014

cuando fueron más populares las televisiones, se hacía una reunión en la casa de quienes sí tenían televisión para ver el programa, posteriormente cuando estuvieron presentes estos aparatos en más hogares, eran las familias las que se reunían, reunieron y reúnen alrededor de la pantalla a ver un programa, serie o deporte determinado.

La televisión se introdujo poco a poco en los hogares y llegó hasta la cocina, literalmente. Entró en lo más profundo para formar parte de la familia. Se nos hace raro entrar a una casa y no encontrar una pantalla en la sala, en la cocina, o en los dormitorios. Claro, esto representó y sigue representando una oportunidad única para el gobierno y las empresas, una fuente de poder ejercido en información sesgada, en representaciones sociales como telenovelas o publicidad por todos lados y además la “imposición” de prejuicios y juicios en la opinión pública. Sea como sea, la televisión se convirtió en uno de los poderes mediáticos más importantes.

En México para llegar a este momento, hubo que ir por el aparato, a los Estados Unidos, aunque ya había en el país, alguien interesado en el desarrollo del televisor, Guillermo González Camarena, creador de la televisión a color y quien con unos dinamos de bicicleta y otros elementos creó la televisión electrónica.

El gobierno invirtió en el trabajo de González Camarena, pensando en los beneficios que esto traería. Sus inventos fueron rápidamente canalizados por los empresarios, para ser claros, por Emilio Azcárraga, uno de los constructores de las grandes cadenas de televisión abierta en México. El iniciador del imperio Televisa, en un principio llamado el reino de Telesistema Mexicano. En tan sólo una década, la cadena que era local y con una programación escasa, se convirtió en cadena nacional, llegando a todos los rincones del país donde se tuviera una televisión.

La televisión abierta generó contenidos para cada miembro de la familia, desde revistas matutinas y telenovelas, noticias o programas de deportes para los padres de familia, o caricaturas para los niños.



Primeras transmisiones televisivas en Uruguay 1943. Juan E. Obiol por cable, y Mario Giampietro por señal de aire, con el indicativo CX5AQ. Fuente :[goo.gl/msYpLX](https://goo.gl/msYpLX),

En las concesiones de canales en el espectro radioeléctrico, Telesistema Mexicano siempre tuvo un evidente apoyo por parte del gobierno mexicano, que a su vez se veía beneficiado con la influencia que lograba tener a través de ese aparato en las familias mexicanas, el control social que podía tener y el ahorro de dinero para su propaganda.

Tras una inestabilidad administrativa y constantes cambios de dirección, en 1993, después de un largo proceso de licitación se le otorgó la concesión del canal 13 y 7 a Televisora del Centro, grupo que encabezaba Ricardo Salinas Pliego, quien

más bien contaba con una tradición familiar de comercio, pues tenían un negocio de venta de electrodomésticos, Elecktra, que posteriormente se convirtió en una televisora rival de Televisa.

En México existe desde 1954 y sigue vigente hasta la fecha, otro tipo de televisión llamada CATV o también conocida también como Televisión de Cabledistribución. La CATV, ha significado competencia para Televisa y Tv Azteca. Al principio era un lujo contratarla, sin embargo en el momento en que las empresas que pertenecían a este ramo, vieron una fuente segura de negocio, abrieron planes que posibilitaban a familias no tan adineradas acceder a su servicio. Para los usuarios significó tener la posibilidad de acceder a programación que se transmitía en otros países, canales completos de películas y más diversidad para ver. Ahora podemos encontrar un gran número de casas que tienen una antena roja o azul y no necesariamente son residencias. La televisión se volvió tan importante para la sociedad que aunque su casa no sea un lugar lujoso hay una televisión en la sala, ahora pantallas, y antenas.

La televisión en México como en otros países, se volvió un arma de poder y manipulación. Durante los movimientos sociales en 1968 y 1971, la televisión fungió con un papel importante para el control social, también como un arma de distracción. El protagonismo de la televisión desde su aparición como herramienta del gobierno de cualquier país para informar lo que quiere que los ciudadanos sepan y ocultar aquello que podría perjudicar su imagen y poder, ha sido evidente<sup>4</sup>.

En 1959 surge Canal 11, con un enfoque educativo. Su primera transmisión fue una clase de matemáticas, impartida por el Ingeniero Vianey Vergara.

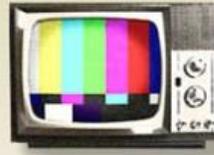
---

<sup>4</sup> Es fácil plantar a un periodista frente a la cámara y ser él la cara de la razón, y por eso tratar de imponer opiniones acorde a los que los que están en el poder requieran. Es difícil encontrar dentro de este tipo de televisión visiones objetivas sobre los acontecimientos sociales pues se manejan mucho tipo de intereses detrás del cristal de la pantalla. En México son pocos los medios en los se presentan los hechos o cualquier tipo de información sin un sesgo político, son ampliamente conocidos los medios que son beneficiados por el poder político y empresarial. Nació primero la televisión comercial antes que la pública.

Posteriormente introdujo en su programación producciones relacionadas con la cultura y las ciencia.

Pese a la existencia de Canal 11, la cantidad de televisoras de tipo comercial era superior en número, con lo que los ciudadanos sintieron la necesidad de exigir al gobierno la existencia de más televisión pública. Particularmente el Canal 22, fue una petición ciudadana de los habitantes del Distrito Federal, de la comunidad intelectual y la comunidad académica, pues hasta finales de los años ochenta, en México todas las concesiones se habían entregado a empresas privadas y por el contrario los espacios públicos destinados al ciudadano eran casi nulos.

# HISTORIA DE LA TELEVISIÓN



Este 21 de noviembre se celebra el Día Mundial de la Televisión, un medio de comunicación clave para informar, orientar y entretener a la población que evoluciona año con año. Aquí la cronología.



## SABÍAS QUE...

De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) más del 60% de los hogares a nivel global ya cuentan con señal digital.



Fuentes: un.org, Unión Internacional de Telecomunicaciones y televisionsdigital.net, televisionsdigital.es, Ito.int  
Investigador y edición: Mónica I. Fuentes Pacheco. Arte y Diseño: Alberto Nava Consultoría

Fuente: Notimex

## **Del sistema interno al externo, descripciones y efectos: la televisión**

Todo esto ha pasado en nuestro país y sigue aconteciendo, pero es importante para este ensayo explorar desde las entrañas de los circuitos hasta los efectos en la percepción de la sociedad, el significado de este medio de comunicación.

En términos técnicos, — digo técnico refiriéndome a la cuestión no mediática, a la función básica del televisor como aparato—, el televisor es un transmisor de imágenes, que funciona mediante la recepción y proyección sin tener mayor cantidad de procesos.

Indagando entre diccionarios y libros, nos encontramos con la más simple de los significados de televisión: ver de lejos. Antes los ojos del espectador, no importa la distancia o el lugar, las imágenes transcurren.

En términos menos literarios y conceptuales, la televisión es un sistema de telecomunicaciones que funciona como receptor de video y sonido a distancia, a través de ondas electromagnéticas.

El aparato, en un principio, como casi todos los inventos, era tosco, rústico, pesado, no por el tamaño de la pantalla sino por los elementos internos que la componían y no por eso era un aparato inteligente. Nicholas Negroponte lo calificó en su momento como el electrodoméstico más inútil de la casa, pues incluso un horno de microondas tendría más microprocesadores que la televisión y nos da a entender que él considera que la parte inteligente del proceso emisor-receptor a través de la televisión, se concentra en el emisor, puesto que el receptor sólo recibe la información quedando sin posibilidad de reciprocidad, mientras que el emisor se encarga de crear el contenido y hacerlo llegar al receptor.

Por su parte Giovanni Sartori dice que "... en televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante,

es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico”.<sup>5</sup>

Frente a esta tipo de posturas Dominique Wolton cuestiona la pasividad, pues explica que no es sólo ver lo que ocurre en la televisión, sino que el ciudadano hace un filtrado y jerarquiza los innumerables mensajes que se le envían a través de este receptor y emisor de audio y video.

La pasividad del ciudadano, no es simple decisión del mismo, sino que a esta también se suma las pocas posibilidades de retroalimentación existentes antes, no sólo porque los medios se veían limitados en canales de comunicación, pero por otro lado no había surgido ningún esfuerzo real por conocer la opinión de quien veía su programación.

Alejandro Piscitelli explica el proceso de *Tver* más como una automatización de acciones automatizadas, como manejar un coche o jugar fútbol. La mayoría de estas actividades requieren de un esfuerzo mental, sin embargo las reflexiones suelen quedarse en nuestra mente y se comparten, al menos que una conversación represente la oportunidad para hacerlo.

Además describe el acto de ver televisión como un lugar donde se hacen constantes repeticiones, como una épica homérica, en la que los de la audiencia escuchan epítetos varias veces.

Pese que Dominique Wolton cree que el acto de ver televisión nunca ha sido meramente pasivo, considero que podemos verlo así si hacemos una comparación con el actual dinamismo. Es decir, mientras que hace años para enviar un comentario o interactuar con algún conductor, sólo existían dos canales, ahora con la llegada de las tecnologías a nuestra vida, los canales se multiplicaron y por lo

---

<sup>5</sup> Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Alfaguara, México, 2000, p. 26

tanto la actividad en esta relación televisión-televidente, se ha vuelto más dinámica.

La discordancia con la postura sobre la no pasividad no sólo se ve justificada por la carencia de canales de comunicación, los que existían eran tecnológicamente complicados, y tampoco se observaron esfuerzos por parte de los emisores para escuchar o tener en cuenta la voz de quienes recibían su contenido a diario. Y tampoco es que el público tuviera que invertir en construir puentes de comunicación. La pasividad del usuario se ve entendida en la actualidad por la nula interactividad que existiría entre el público y el emisor, pero gracias a la llegada de las TIC y a la construcción de puentes de comunicación al alcance de las audiencias, la relación emisor-receptor se ha modificado.

El público, actualmente, tiene la posibilidad de hacer llegar su opinión positiva o negativa, o quizás generar o fomentar la discusión de algún tema tratado dentro de la programación, gracias al constante crecimiento de medios digitales que les ofrecen verse como una persona individuo y no como parte de una masa.

Giovanni Sartori, dice en su libro *Homo videns* que la gran red podrá resultar el ganador entre los “perezosos”, pues como es tomada como entretenimiento o diversión, los que se cansen de mirar televisión se volverán activos para poder buscar otras opciones.

La influencia y penetración de la televisión a nivel social es innegable, nos han condicionado desde la infancia hasta que crecemos, dice Sartori, esta característica fue y es aprovechada por empresas privadas y el gobierno para beneficiarse de este centro de la atención pública. La televisión ha sido una herramienta para fijar la agenda de cultura popular.

En nuestro país constituyó un medio por el cual ideas y control, motivación al consumo entre otras cosas, se introdujeron en el hogar de una gran parte de las familias mexicanas. La televisión llegó a lo más íntimo de nuestras vidas, nos ha acompañado en muchos momentos, incluso en los que pensamos que son muy



familiares, podrían tratarse de solamente ver televisión.

“Con una sola mirada, la TV construye una audiencia paedocrática a la que cautiva con un discurso pedagógico que termina por no interpelar a nadie.<sup>6</sup>”

“Mujer y niños mirando televisión”. La televisión como herramienta de entretenimiento para los niños. Fuente: SINAFO

Hasta hace poco tiempo, lo que transmitía y quién lo transmitía eran una autoridad incuestionable e irrefutable de la verdad en los acontecimientos que sucedían a nivel nacional. Fue evolucionando hasta hacerse de fuerza mediática, proporcionalmente el público fue perdiendo la voz y dejó de ser considerado como un ser capaz de discernir, pues recibía de una fuente “confiable”, todo lo que necesitaba saber y no había que preguntarse más.

El tiempo en televisión tiene un costo muy alto, estar al aire representa existir en la opinión pública. Muchas personas hacen hasta lo imposible por aparecer en ella, significa: ser visto, ser oído, tener la atención de miles de personas que han dispuesto de su tiempo para sentarse a ver lo que se les transmite, razón por la cual campañas publicitarias y propagandísticas contemplan parte de su difusión en tiempo de televisión.

---

<sup>6</sup> Ibídem.

## **Dinámicas de consumo: de cómo pasa el tiempo y lo transforma todo**

La forma tradicional de ver televisión representaba tomarse el tiempo para estar frente a ella y poner atención a la transmisión. Significaba dejar de escuchar el ambiente y olvidar el espacio en el que nos encontramos, viajar, moverse en tiempo y lugar de donde estábamos. Destinar un momento sólo para esto.

Esta, declaración podría ser cuestionada por quienes piensan que en todo momento y época han existido distractores a la hora de ver televisión como tener el periódico a un lado y decidir leerlo mientras la Tv está encendida, o bien decidir apagarla, sin embargo, la televisión compite con otras plataformas y soportes similares, que también ofrecen un consumo visual, y que pueden o no, complementar el contenido o bien simplemente llevar la atención hacia ellos y lograr una pérdida de interés por la programación.

Esta sensación era muy común en la infancia, porque aunque quisieras hacer dos cosas al mismo tiempo, como la tarea y ver tu caricatura favorita siempre alguien desde lejos te gritaba –hijo apaga la televisión.

La televisión no sólo se colocó como el medio más importante de entretenimiento e información, sino además se volvió una autoridad de opinión pública y por tanto aparecer en ella privilegia una posición mediática, sin embargo la frecuencia con la que se aparece en ella podría ser el elemento diferenciador entre una u otra marca, entre un candidato u otro, o al menos hasta hace poco así se consideraba.

Giovanni Sartori, dice que la autoridad de la imagen en la televisión sobre la audiencia, se debe a que el ojo cree en lo que ve, y por lo tanto la imagen tiene una supremacía sobre lo cognitivo y aunque la imagen sea engañosa, para el ojo parece que es verdadero.

Aprovechando la autoridad que representa la televisión para la sociedad los aparatos propagandísticos y publicitarios han aplicado con un alto grado de efectividad, hasta hace algunos años, el principio que Joseph Goebbels estableció como casi una regla. “La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas.” Esto es, cuando una mentira se repite lo suficiente, puede convertirse en una verdad.

Pese a que este pensamiento data de poco más de 60 años atrás, muchas empresas e instituciones lo ponen aun en práctica en su publicidad. La repetición de mensajes publicitarios y propagandísticos como una forma de influir en las decisiones del espectador. Aunque en los últimos años pareciera que la fórmula ha cambiado.

Las nuevas generaciones buscan contenidos sin publicidad que los interrumpa, este comportamiento se repite cada vez más, gente que no gusta de la parte publicitaria de la televisión y busca la forma de evitarla, ya sea comprando los contenidos en otros lugares, o contratando otros tipos de servicios que les permitan tener el control sobre esa publicidad.



Quizá las repeticiones ya no están logrando su objetivo, sino por el contrario están alejando a sus posibles consumidores, pues en lugar de hacerles ver lo útil de la marca o el beneficio del producto,

interrumpen su serie favorita o su película favorita, transgreden su momento de relajación, y entonces sucede la migración del medio para ver el contenido deseado. Se encuentra una forma ya sea legal o ilegal de verlo sin interrupciones.



Los contenidos audiovisuales ondemand o a la carta, han crecido en popularidad entre los consumidores, pues la posibilidad, como antes se menciona, de elegir y tener el control sobre lo que se ve, ha tenido gran aceptación y poco a poco

ha ganado terreno frente a la televisión tradicional; a esto se suma la comodidad de poder ver estos contenidos en diversos dispositivos.

La influencia de las empresas a través de la forma tradicional de televisión ha perdido terreno. Y la publicidad y propaganda han migrado a otras plataformas que le permiten estar en contacto directo con el usuario, pero en éstas también el usuario tiene el control de la cantidad de publicidad que está dispuesto a recibir.

La televisión no se trata sólo de intereses políticos y empresariales, tampoco sólo de distracción, el medio puede tener más objetivos que sólo manipular, porque el medio en sí no tiene una dirección predeterminada, sólo es un vehículo para llegar del uno al otro.

## **Televisión pública en México. Del concepto y su relevancia en nuestro país**

"La calidad de los programas y, por tanto, de los profesionales que los crean corresponde a la calidad del público".

Cuando hablamos de televisión pública, no estamos afirmando que exista un método específico a seguir para hacerla, o que haya una fórmula secreta, pero sí hay normas morales con las cuales deben cumplir.

Mónica Ramírez, Directora de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, durante el Primer Encuentro Internacional de Televisión pública comentó:

“Considero que hoy por hoy no hay un modelo definitivo de televisión pública en México. En cada uno de los casos, en cada televisora, de acuerdo con sus aspiraciones, con sus directrices y finalidad, se tienen que establecer sus propios modelos.<sup>7</sup>”

La premisa más importante es que sobre todas las cosas está el público, el ciudadano, por lo tanto la televisión pública debe responder a las necesidades de su actor principal. Si la forma en que se sustentan económicamente varía, si su línea de entretenimiento es tal o cual, todo debe estar enfocado a las respuestas de necesidades del ciudadano.

Según Mónica Ramírez, las televisoras públicas deben responder a las necesidades de sus audiencias, por lo tanto tienen que estar en constante renovación.

---

<sup>7</sup> Ramírez, Mónica, *Los Retos de los Medios Públicos*, Mesa de análisis, Primer Encuentro Internacional de Televisión Pública, 2014

# Televisión pública según la UNESCO

“ Se define como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y que se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros. ”

Diversidad    Universalidad    Especificidad    Independencia



Sus contenidos deben reflejar variedad de géneros.



El contenido debe ser accesible para todos, en cuanto a temas tratados así como la sencillez de lenguaje.



El contenido debe ser interesante, original y creativo .



Sin importar la dependencia económica los intereses públicos así como la libertad de expresión en la línea editorial no debe ser afectada.

Elaboración propia, con información de: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, La Radio y Televisión Pública, ¿por qué?, ¿cómo?, disponible en: <http://goo.gl/qKkETR>

La universalidad, una de las características que enlista la Unesco que dan el carácter de pública a una televisora, es ser incluyente y no dejar de lado por ningún motivo su independencia. La universalidad quiere decir que la programación debe estar al alcance de todo público, y con esto no me refiero a las cuestiones técnicas de alcance o de señal, sino más bien a que toda persona que

sintonice la programación, debe comprenderla, es decir, debe manejar un lenguaje sencillo y no por eso menos inteligente, más bien, evitar elementos rebuscados.

La televisión pública en sus emisiones debe reflejar diversidad, tener variedad de géneros en su contenido, entre estos géneros se encuentra el informativo. La televisión pública debe tener la capacidad de ir más allá de la información que se podría encontrar en cualquier otro medio, esto es, que no sólo presente los hechos como son, sino que se permita hacer una investigación más profunda y así presentar a las audiencias los hechos vistos desde diferentes perspectivas, cosa que dará objetividad al trabajo informativo y además permitirá que el televidente tenga una opinión real sobre lo que sucede en su país. Y no sólo eso sino hacer participe al ciudadano de esta información, y dar lugar al periodismo ciudadano.

Ser un medio informativo, ha sido uno de las ocupaciones más evidentes de la televisión pública, sin embargo hay que mencionar que hasta hace poco volteó su mirada hacia el entretenimiento y empezó a producir propias de contenidos de este género. El 30 de abril de 2002 Once TV estrena la serie El diván de Valentina, como parte de su barra de programación infantil, serie que aborda problemáticas del diario vivir de una niña mexicana<sup>8</sup>. Esta serie llamó la atención pues fue dirigida a un público poco considerado. En el 2009 el Canal 11 emite por primera vez una serie hecha en México pensada en mexicanos, XY. Esta serie trata de forma general cómo se logra la producción de una revista para hombres que lucha por dejar las banalidades e introduce temas de relevancia nacional, así como de cultura general, la serie presenta situaciones de crisis en la que los personajes se ven obligados a tomar decisiones que cambian el rumbo de sus vidas. A esta serie le siguió *Soy tu fan* que tuvo gran éxito entre el público joven. Es decir, la televisión pública no tiene por qué ser aburrida.

---

<sup>8</sup> La barra once niños, finalista internacional. Disponible en: <http://goo.gl/AdZMZj> consultado el: 15 de marzo de 2016

La audiencia a la que llega la señal de la televisión pública es bastante diversa, en edad, intereses y preferencias, por lo que la televisión pública debe satisfacer sus necesidades. Las características de diversidad y universalidad se complementan.

La UNESCO, ha sugerido que la financiación deberá ser independiente, así se evitará que el humor de las autoridades públicas y políticas intervenga en la línea editorial de las televisoras.

La independencia, creo que al igual que las características anteriores, es o debe ser una de las más representativas de la televisión pública. A diferencia de la televisión comercial no puede darse el lujo de complacer a los personajes de quien recibe apoyo económico. A pesar de que el Estado es el encargado de sustentarla, sus transmisiones no deben estar influidas, deben ser lo más objetivas e imparciales posibles.

Es cierto que existe una sensación de duda cuando se habla de libertad editorial cuando el medio es financiado por el gobierno o alguna otra entidad, sin embargo el esfuerzo por cumplir la gran premisa que caracteriza a la televisión pública debe ser notado. No cumplir con la imparcialidad puede ser duramente criticado y generar desconfianza al ciudadano.

Fue la polémica que se suscitó un día antes del vigésimo segundo aniversario de Canal 22, cuando el grupo editorial encabezado por Juan Jacinto Silva y varios periodistas hicieron una denuncia pública frente a la censura en información que se había venido dando y se agudizó cuando se abordó el tema sobre la salida del aire de la periodista Carmen Aristegui, de MVS Noticias, es un claro ejemplo de esta lucha por la libertad editorial en la televisión pública.

La declaración más impactante de esta carta es que esta censura no es un hecho aislado sino que es parte de una atmósfera de limitación de derechos civiles y libertad de expresión. Hecho que no debería de suceder dentro de la televisión

pública y que rompe con las premisas, y que pueden dar una imagen errónea de la televisión pública y dejarla como un medio gubernamental.

Luego de que periodistas denunciaran públicamente a Raúl Cremoux, el entonces director de Canal 22, por tráfico de influencias y abuso de autoridad, el 1 de octubre de 2015, abandona la dirección del canal<sup>9</sup>.

Frente a la presión, los miembros del canal supieron exigir el respeto por la libertad de expresión y por ende, respeto a las audiencias del canal.

Uno de los canales por el cual puede ser presionada la televisión pública es a través de su sustento económico, pues al depender del Estado podría pensarse que deberían seguirse las líneas editoriales que éste marque.

En julio del 2014, en México, se aprobó que las televisoras que forman parte del sistema público, comercializaran con una fracción del tiempo destinado a la publicidad gubernamental y puedan incluir publicidad para buscar recursos que beneficien al sustento y crecimiento de la televisora, Pese a su promoción previa a la aprobación de las Leyes secundarias en Materia de Telecomunicaciones en medios informativos, posterior a su aprobación la información escaseó y el acceso a esta es difícil, por lo que profundizar en el tema se complicó, ya que los detalles de estas modificaciones no fueron promovidas. también se dio luz verde a la obtención de recursos a través de donativos en efectivo o en especie, según la Ley Federal de Telecomunicaciones en materia de Medios Públicos.

La cuestión cultural no ha sido impulsada con rigor en la televisión mexicana, pues la televisión que generaba ganancias económicas siempre ha sido la comercial, la falta de apoyo a la cultura en la televisión no permite su crecimiento.

---

<sup>9</sup> *Tras acusaciones de censura, Raúl Cremoux deja la dirección del Canal 22*, disponible en: <http://goo.gl/s3Hqdt>, consultado el: 15 de marzo de 2016

Hubo algunos presidentes que quisieron decir que no estaba olvidada esta parte permitiendo concesiones de televisión cultural, por ejemplo José López Portillo, durante su periodo presidencial, rescató el proyecto de Televisión Rural de México, que después se convirtió en una televisión educativa y posterior vino a decaerse. Lo cierto es que este sector nunca tuvo la atención que requería para realmente suplir las necesidades de la televisión y no sólo una bandera del gobierno en pos de la educación y la cultura.

A decir verdad muchos opinan que la televisión pública no existe, en el Encuentro Internacional de Televisión Pública que organiza el Canal 22, llevado a cabo en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, en septiembre del 2013, uno de los temas que se habló fue precisamente la existencia o no de la televisión pública, Ernesto Velázquez, el entonces director de TV UNAM, planteó la inexistencia del carácter público en la televisión, que si bien pareciera evidente, pocas veces vemos el cumplimiento de sus principios.

Patricia Ortega, Doctora en Ciencia Políticas por la Universidad Nacional Autónoma de México y docente en la Universidad Autónoma Metropolitana, dice que hablar de medios de servicio público [...] implicaría una serie de condiciones que no han sido cumplidas en nuestro país y que han limitado el desarrollo de verdaderos modelos de servicio público con autonomía política y económica, con participación ciudadana y con un marco jurídico adecuado.

Muchos de esos medios han sufrido los vaivenes políticos y han sido presas de los intereses de los gobiernos en turno. Han padecido escasez de recursos económicos, falta de continuidad en sus proyectos, atraso tecnológico y la presión que genera la hegemonía y competencia de los medios comerciales. A pesar de las circunstancias adversas, muchos de ellos han logrado realizar propuestas interesantes y creativas de comunicación constituyendo una opción para diversos sectores sociales.

La operación económica de la televisión pública no tiene nada que ver con el funcionamiento de una televisora privada, y la mayoría de sus ingresos para poder funcionar provienen del gobierno, o al menos así funciona en México. Su objetivo también es mantenerse como una opción dentro de la oferta cultural en la diversidad de programación televisiva.

El caso de la BBC, primer cadena de televisión pública en Inglaterra, es el paradigma, pues si bien es una televisora pública, tiene una gran influencia en la televisión inglesa y es la más exitosa, no sólo produce contenido informativo, sino de entretenimiento, cultural, etcétera. La BBC funciona económicamente gracias a un impuesto llamado canon, que cada poseedor de una televisión debe pagar. El dinero recaudado es sin fines de lucro únicamente para el sustento de la televisora y las producciones que ofrecen.

Por mucho tiempo se ha tenido a la televisión pública englobada en el mismo concepto que la televisión educativa, y no es que la cultura no eduque, o que los temas de interés público no generen conocimiento, simplemente que el enfoque no es sólo educar.

Cautivar al público, es un reto para cualquier canal, cualquier medio de comunicación y por su puesto para la televisión pública también lo es.

Los hacedores de televisión pública se jactan de tener la televisión con mejor calidad, y es cierto, se han sumado esfuerzos de muchos para que así sea, una televisión con contenidos de calidad, pero no es suficiente. ¿Por qué si nuestros contenidos son tan buenos, no tenemos la audiencia deseada, y tenemos que hacer grandes esfuerzos para cautivarla? La respuesta puede ser simple pero implica mucho ingenio. La televisión pública además de todo lo anterior, tiene que ser interesante. Vamos, algo que es interesante siempre nos va a mantener atentos, aun así si este programa es largo, nos parece tan interesante que ni parpadeamos, o buscamos estar en el horario de transmisión sólo porque nos gusta.

Si la pregunta que ahora cruza sus pensamientos es: ¿La televisión pública es aburrida? Parece que en los últimos años ya no, pero cuando en la década de los noventas, los contenidos por ejemplo de Canal 22, no es que no tuvieran un contenido excelente, por el contrario, sin embargo el formato en que se transmitían éstos, parecía estar atrapado décadas atrás o era poco atractivo. O quizá es que no estaban pensando en cada público, sobre todo en el infantil; sin embargo, por ejemplo, cuando después del horario escolar, la programación de canal 11 era bastante divertida y entretenida: *Ernests el vampiro*, los *Mummyns*, los *Cuentos de la calle Broca*, y también *Bizbirije*.

Éste último era increíble, porque eran los propios niños quienes presentaban la programación, reportaban desde donde quiera que fuera su casa. Era muy fácil ser reportero, sólo se tenía que enviar tu solicitud y la credencial que los acreditaba llegaba por correo a su domicilio. Después aparecían en televisión, hablando sobre lo que les preocupaba, platicando un día común, o sus anhelos y sueños. No tenían que ser un niño famoso para estar en la pantalla, eso lo hacía tan real que era divertido verlo. Además tenían cápsulas informativas, sobre cómo cuidar el agua, y entre corte y corte una caricatura. Era muy divertido.

Un programa interesante sobre problemáticas cotidianas para los niños, que retrataba o retrata, con naturalidad la nuestra cultura, nuestra forma de vida, que los incluye como público, que les presta la atención que necesitan y que además todo el tiempo lo está impregnando de conocimiento y valores.

El Canal 22 por su parte, iba a un sector poco más instruido, entre varias cosas transmitían por ejemplo óperas, o películas en otro idioma que estaban en la cartelera en los cines. La mayoría del contenido eran producciones extranjeras. Uno de los programas que llamó la atención, fue *La Dichosa Palabra*. Era interesante porque eran los significados de las palabras lo que generaba que la conversación navegara por un montón de historias y significados, era increíble

también todo el conocimiento que derramaba en cuestión de lenguaje y cultura en general. Por un largo tiempo Canal 22 dedicó sus contenidos a programas de alta cultura de producción extranjera, ahora tiene más programación de producción propia.

No existe un modelo a seguir, cada televisora pública tiene que encontrar su fórmula, pues el público al que se dirige es diferente, el contexto en el que se encuentra es diferente. Cada una debe encontrar sus objetivos y no por eso olvidar cada uno de los principios que la hace ser pública.

[...]el primer reto está en las leyes secundarias, que están por salir. El segundo reto es la televisión e internet." La TV pública no sólo se enfrenta su independencia en cuanto a la línea editorial, en la creatividad de sus contenidos, sino ahora también se suma la era digital.

El deber ser de toda televisión pública es el equilibrio entre calidad del contenido y calidad con que llega éste, es decir no todo es el contenido ni todo es la infraestructura. La calidad del contenido habla mucho sobre los profesionales que lo hacen, pues así lo concibe el público, según Dominique Wolton.

Hemos visto tantas veces el mismo contenido que esta historia nos parece familiar:

Esmeralda, nació en un pueblo en el interior de la república y tiene que viajar a la capital para trabajar —nunca se nos muestra el nivel de estudios de Esmeralda, ni se habla mucho del lugar en el que nació, sólo sabemos que es pobre y necesita trabajar—, llega a tomar el lugar de criada a una gran mansión. Dentro de esta casa existen historias de desamor, avaricia y mentiras.

Esmeralda llega a esa mansión a deslumbrar con su belleza 'criolla' a uno de los integrantes de la familia, un hombre apuesto, empresario —hasta donde se nos permite ver—, ella se enamora a primera vista, pero como es de esperarse es un amor imposible, pues una mujer como ella y un hombre como José Ricardo, serían mal vistos por la familia los amigos, y por supuesto por la novia de José Ricardo, Nataly, una mujer adinerada y de “clase”, con quien sostiene una relación “amorosa” estratégicamente negociada y planeada por las familias de ambos.

Pronto el amor entre Esmeralda y José Ricardo es imposible de ocultar. José Ricardo termina con Nataly, con quien estaba comprometido. Esmeralda descubre ser la hija de un millonario, el mejor amigo del padre de José Ricardo —que en paz descanse—.

Como debe ser esta historia de amor finaliza con el evento del año, la boda de Esmeralda y José Ricardo, que logran hacer a un lado todas las intrigas de la familia y conocidos, saltar los obstáculos de las diferencias de clase y por fin amarse sin temor alguno. Mi corazón por siempre tuyo.

Fin

Cualquier telenovela mexicana

¿Nos suena esta historia? No, no es la última telenovela que terminó después de año y medio, no tampoco es la del año pasado. ¡Efectivamente! Es la historia de la mayoría de las telenovelas mexicanas desde hace más de 20 años. Retomando lo que menciona Wolton, los creadores en general de este tipo de televisión comercial, conciben a su público como gente con capacidad pobre; que creerán que las fórmulas de hace 30 años siguen vigentes.

No podemos construir una sociedad basada en utopías televisivas que orillan a la gente a seguir estereotipos muy fuera de la realidad y que además distraen la

atención de lo importante. No quiero decir que no debe de haber entretenimiento, o que no nos podamos distraer. Simplemente que hay formas creativas y enriquecedoras de hacerlo. Y la televisión pública mexicana tiene la oportunidad de marcar esta diferencia, pues sus objetivos sí van guiados a enriquecer. Javier Esteinou dice que la televisión pública debe ser un motor que genere conciencia, aprovechando que es uno de los medios, que la sociedad considera como de los más importantes.

En México a diferencia de Europa, la televisión comercial nació primero que la televisión pública. Y el avance tecnológico, territorial y de alcance se fue haciendo de la mano con la televisión comercial, es decir, en este contexto no es difícil adivinar por qué las cadenas más importantes en televisión, son las comerciales en nuestro país. Sin embargo nos encontramos en un momento crucial, donde la televisión pública puede igualar las condiciones en el juego.

En la televisión pública a diferencia de la televisión comercial o privada, el tema del “apagón analógico”, representa no sólo un reto de conocimiento en tecnologías, sino en presupuestos, pero además que no puede únicamente ver como otros se suben a bordo del tren, pues si lo deja pasar, dejará de existir en el panorama televisivo.

### **Canal 22, televisión pública de México**

Para entender el surgimiento de Canal 22, tenemos que remontarnos décadas antes de que este iniciara formalmente. Anteriormente, nuestro país no contaba con alguna televisora pública, las que existían o existieron fueron dedicadas a la educación, la Televisión Rural del Gobierno Federal y Servicios Generales de Televisión Cultural de México (TCM). Estos servicios como otros que los

antecedieron pero que no lograron sobrevivir, fueron medios oficiales del gobierno, es decir, se convirtieron en el espacio al servicio del gobierno federal y estatal, por lo que no se pueden considerar como televisión pública, como lo menciono anteriormente, la televisión pública no debe su servicio a ningún personaje, ni político ni empresarial.

Cuando llega José López Portillo al poder, rescata el proyecto Televisión Rural de México y fija normas para el intercambio de series culturales con el extranjero. Ya posteriormente, en 1981, la Televisión Rural Mexicana, deja ese nombre para llamarse Televisión de la República Mexicana pero su operación se limitó sólo al Distrito Federal. A pesar del entusiasmo que se le puso al proyecto, la producción de contenido cultural fue escasa y en general fue más hacia lo educativo. Una de las productoras que se sumó al esfuerzo fue la Productora Nacional de Radio y Televisión (Pronarte). Antecedente directo del Canal 22.

Canal 22 surge en un momento político crítico para el país. Habían sido las elecciones federales de 1988, donde un presunto fraude dejara fuera de la presidencia a Cuauhtémoc Cárdenas, quien presentaba importante ventaja frente al candidato de la oposición Carlos Salinas de Gortari quien tras “una caída de sistema” que detuvo el conteo, se proclamara ganador una semana después. Televisa confirmó su evidente apoyo al candidato priísta y se notó un fuerte apoyo por parte del gobierno hacia esta televisora.

Por medio de un comunicado de prensa, la Secretaría de Gobernación, en 1990, informó que los canales 7 y 22 se desincorporarían, al igual que el Canal 8 de Monterrey, el canal 13 seguiría perteneciendo al Estado y que se abriría un concurso para la concesión de los canales desincorporados.

Tras el anuncio de los canales susceptibles a ser explotados comercialmente, intelectuales, científicos, y personas preocupadas por la cultura hicieron un

llamado al gobierno para impedir la venta de Canal 22 y que este fuera conservado para la televisión pública. Y así es como Carlos Salinas de Gortari hizo pública la decisión de no vender este canal<sup>10</sup> y aseguró que sería dedicado a la cultura y a la programación de contenido público<sup>11</sup>. Tiempo después el canal 7 y 13 fueron vendidos a la iniciativa privada.

Esta hambre de volver a algo que lleva la bandera de medio de comunicación, un verdadero medio de comunicación, valga la redundancia, que sea fiel a su nombre y que no se encuentre al servicio de unos cuantos, es la que ha llevado a reclamar más espacios públicos, donde lo importante sea el ciudadano y no su capacidad para comprar lo que se le ofrece o someterse ante lo que se ha convertido en una comunicación de uno a muchos sin retroalimentación.

Lo cierto es que antes que la televisión pública naciera lo hizo la televisión comercial, y este hecho ha marcado a nuestro país.



Fuente de: Google. "Más de 800 personas, entre connotados intelectuales, científicos y gente de los medios, firman un desplegado de prensa, solicitando al presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 del Distrito Federal no sea

---

<sup>10</sup> Existe la teoría de que todo estaba planeado y que era una válvula de escape para la presión social que se vivía. Aún seguía presente en la memoria de muchos mexicanos la matanza de los estudiantes entre otros eventos de represión. Sea así o no lo sea, lo cierto es que hasta el momento su objetivo es culturizar y poco a poco ha logrado crecer y llegar a más hogares. A más público en general.

<sup>11</sup> Sánchez Ruíz, Enrique E., Hacia una cronología de la televisión mexicana, Materiales de estudio de los medios, disponible en: <http://goo.gl/yTbUCl>, consultado el: 18 de febrero 2014.

vendido a la iniciativa privada. Se solicita que el canal se asigne a programación cultural y de interés público, y que tenga cobertura nacional.” Enrique E. Sánchez Ruiz.

Se dice que Carlos Salinas de Gortari ya tenía previsto esto y lo cedió como una válvula de escape para la sociedad frente a toda la presión que se vivía políticamente.

Ya los otros canales que se encontraban susceptibles a ser comercialmente explotados, estaban dados. Así que ante el reclamo ciudadano, en 1991 se otorgó el Canal 22, bajo la administración del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CONACULTA).

El 31 de julio de 1992, se le confirió al canal la posibilidad de que actuara como entidad cultural para que desarrollara y divulgara la cultura en general. El 24 de septiembre del mismo año, se estableció que sería una empresa paraestatal, y como tal operaría y funcionaría, también se iniciaron los trabajos iniciales para montar la infraestructura en los Estudios Churubusco bajo la asesoría de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Se iniciaron los preparativos para las transmisiones, por lo que el canal adquirió material cultural extranjero y se iniciaron algunas producciones nacionales. El 23 de junio de 1993, bajo el eslogan: “La cultura también se ve”, con una línea literaria y artística, sale al aire Canal 22 y cuyo primer programa transmitido fue un reportaje de Gabriel García Márquez<sup>12</sup>.

Desde 1998 hasta la fecha, Canal 22, ha ido creciendo y enriqueciendo su programación además de su cobertura, sus primeras transmisiones llegaban sólo al área metropolitana, hoy podemos hablar de una señal internacional, a través de algunos servicios de cable en otros países como Estados Unidos y también por internet en su señal de streaming.

---

<sup>12</sup> Historia de la Televisión Metropolitana, S.A de C.V., disponible en: <http://goo.gl/CeBEcz>, consultado el 11 de agosto de 2016.

La misión de Canal 22, es ser una televisora pública de México, que produce y difunde, mediante la tecnología a su alcance, las manifestaciones artísticas y culturales del país y del mundo. Contribuye al aprecio por las artes y el conocimiento, y promueve la diversidad y los valores de la convivencia democrática.

Su objetivo es “constituirse como la propuesta de difusión cultural dentro de los medios audiovisuales de comunicación masiva, para contribuir a la generación de nuevos públicos, para la apreciación, el conocimiento y el disfrute de la más variadas expresiones del arte y la cultura que propicien el desarrollo democrático de la nación”.

Su visión es “producir y difundir contenidos audiovisuales del más alto nivel para México y el mundo, mediante las plataformas tecnológicas de vanguardia. Ser la mejor opción de difusión de la cultura, del diálogo y del pensamiento crítico al servicio de la sociedad mexicana, en constante interacción con sus audiencias”.<sup>13</sup>

Conforme ha ido avanzando el tiempo, la televisión mexicana se ha tenido que adaptar a los cambios tecnológicos, pero el sector que se ve más afectado por la falta de recursos y apoyo gubernamental ha sido la televisión pública.

Canal 22 se ha venido preparando para estos cambios y aun así tiene varios retos a superar. Los medios de comunicación han avanzado, y aunque pensaríamos que México por su situación económica iría a un ritmo más lento hacia lo digital, lo cierto es que la rapidez de la evolución tecnológica nos ha alcanzado. Los retos van desde la cobertura, pues ahora no sólo vemos televisión sentados en el sillón, también podemos ver contenidos a través de internet, en diferentes dispositivos, celulares, tablets. Estos contenidos no sólo deben adaptarse técnicamente a los requerimientos de cada tecnología, sino además a los nuevos hábitos de

---

<sup>13</sup> Información corporativa, disponible en: <http://goo.gl/PbVgkR>, consultado el: 15 de agosto de 2016.

consumo, sobre todo de los niños y jóvenes, que son los que usan regularmente estos nuevos dispositivos y estas nuevas posibilidades.

Esto, la conquista de nuevos públicos, debe ser un reto permanente, es un llamado perpetuo a la innovación y creatividad, a la creación de contenidos atractivos, y la posibilidad de la multiprogramación; este concepto refiere a la posibilidad de no sólo tener una señal de programación, como actualmente se tiene, sino a desarrollar programaciones simultáneas que puedan atender distintas necesidades. Un ejemplo básico a este planteamiento es el tiempo de cada programa. No es lo mismo ver un programa de una hora a través de la televisión en la sala, cuando se ha dedicado un tiempo especial para el entretenimiento, que ver contenidos en internet, actividad que se hace recurrentemente durante las actividades diarias, ya sea de trabajo o estudio, donde se pueden dedicar escasos 10 o 15 minutos.

Actualmente crear nuevos medios netamente digitales, se vuelve cada día algo más tangible y al alcance del ciudadano, además de que él mismo puede encontrar una diversidad más vasta de contenidos.

Ahora, sobra decir que de las preocupaciones que tienen las televisoras públicas, la más importante es captar al público, en este momento también a los jóvenes, y ¿cómo hacer si destinan una gran parte de su tiempo libre a navegar por internet y las horas dedicadas a la televisión han disminuido? Por qué no llevar la televisión al lugar en donde ellos pasan tiempo, por qué no llevar la televisión pública a internet, por qué no incursionar en algo nuevo.

Este medio de comunicación masivo ha sobrevivido muchos años y se ha ido transformando, y lo seguirá haciendo. ¿Qué lo ha transformado, o más bien, qué lo ha obligado a transformarse? La llegada de internet, la llegada de las nuevas tecnologías; Hay indicios de que la televisión no desaparecerá pero tiene que

evolucionar conforme lo hace la tecnología, porque quien no lo hace muere en el camino.

**Bits vs átomos, de conceptos y términos en la era digital; y de cómo han afectado nuestra vida cotidiana**

"Cualquier tecnología avanzada  
es indistinguible de la magia".

Arthur C. Clark

Es evidente que nos encontramos en un mundo *tecnologizado*, que vivimos en una sociedad que está en cambios constantes y que la llegada de lo digital, de internet y de las tecnologías han modificado notoriamente nuestro diario vivir. Quisiera hacer un breve recuento de qué es todo esto, qué es lo que ha llegado, y cómo nos ha cambiado.

Internet, en conceptos técnicos y totalmente literales, es el conjunto de varias redes haciendo de esto una gran red, así lo explica su creación. Un grupo de investigadores y programadores al inicio de la década de los noventa, crearon una primera versión de la gran red.

Esta gran red ha permitido la comunicación inmediata de varios lugares en el mundo, todo simultáneamente. Además de albergar una gran cantidad de información, transportarla y dar la posibilidad de consulta.

“[...]Para poder llegar,  
Para llegar hasta tus ojos,  
Necesito viajar,  
O perder el alma en una foto.

Podría no existir,  
Ser una invención,[...]

Cero y uno,  
Cero y uno,  
Cero y uno,  
Cero.”

Cuando abrimos los ojos al mundo digital, también tenemos que agilizar nuestros sentidos a lenguajes que se han transformado y lenguajes que aparecen conforme aparecen nuevas tecnologías. El lenguaje binario es uno de ellos.

Prácticamente todo lo que encontramos en internet se ha convertido a este lenguaje: documentos con texto, imágenes, audio, video, todo son códigos. Y no es que cuando navegamos en internet, veamos números y nuestro cerebro haya aprendido a interpretar y leer el archivo. Ya los navegadores nos hacen el favor de traducir.

Uno de los avances más visibles fue la compresión de archivos. En este procedimiento invirtieron varios años de experimentación y mejoramiento. En un principio enviar un archivo por esta gran red era tan complicado que tenían que hacerse de manera fragmentada, poco a poco se fueron logrando compresiones más eficaces y aunque ahora se sigue buscando la forma de comprimir más la información, en definitiva contamos con grandes posibilidades de envío eficientes. Cada vez es más fácil el movimiento de los bits.

El mundo digital se mueve en bits. Son la materia prima, es con ella con la que se hacen todas las combinaciones que se puedan imaginar. El bit, es el elemento más pequeño dentro de la información digital, no tiene características físicas sólo que viaja a la velocidad de la luz.

La compresión de la información no sólo se hizo bajo el pretexto de la posibilidad de envío y sus altos costos, también se buscó pues con el paso del tiempo la información en archivos átomo, se iba desgastando, iban produciendo ruidos que con el avance del reloj y del calendario, evitaban su lectura. Ya no más fragmentaciones de archivos o tener que pagar por el peso de un cassette de

video con las filmaciones familiares que se hacían llegar a los familiares que se encontraban lejos, ya no más extravíos. Ya no más.

En su libro *Ser digital*, Nicholas Negroponte, ejemplifica con claridad la relación bits vs átomos, es decir, lo digital versus lo físico. Cuenta que cuando él era niño no le gustaba leer mucho pero algo que sí disfrutaba era ver los horarios de los trenes pues encontraba fascinante ver las conexiones perfectas que un tren hacía para llegar a cualquier lugar. Esta práctica le trajo consigo el conocimiento exacto de cada lugar en Europa en el mapa. Mucho tiempo después durante una reunión en la que discutía, siendo ya director del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), sobre la transferencia de tecnología de las universidades de investigación de Estados Unidos a las empresas extranjeras, se percató que le servían agua Evian.

Él asegura que lo más probable es que ninguno de la sala supiera dónde estaba Evian. Su habilidad geográfica le hizo recordar el lugar. Evian, es parte de Francia y se encuentra a más de 800 kilómetros del océano Atlántico, que además está del otro lado de donde se encontraban ahora, California. Tomando en cuenta la distancia, calculó cuánto tuvo que viajar y lo costoso que eso era. Por lo que el valor del agua se elevaba. Sí, más allá de los componentes sumamente especiales que tenga o no algún objeto, lo que eleva su precio es la cantidad que tiene que viajar para estar ahí en donde está.

Los átomos, las cosas fijas, generan costos de viaje, costo en la aduana, pero en ese mismo momento él estaba enviando información que viajaba la misma distancia que el agua o quizá más, sin tener que generar un costo tan elevado y que además no pagaba impuesto en las aduanas. Así, mientras una maleta de libros puede ser muy costosa entre el peso del equipaje y los impuestos, un disco duro con toda esa información en bits, reduce considerablemente su costo.

El valor del bit contra el valor de átomo es completamente diferente. Hemos generado sistemas que evalúan y cuantifican la cantidad acumulada de los átomos, sabemos cuál es su precio sin tener que estar inventando nuevas formas. Sin embargo hablar del costo, del avalúo de los bits, sigue siendo un tema. Así una computadora puede valer sólo por sus átomos y no por la información que lleva en sí, es más, con el tiempo estos átomos se van abaratando, no así la información. La computadora de un escritor debe valer muchos miles, no por el valor propio del portátil, sino por la cantidad de información que tiene almacenada.

Ronda por internet un video que hace una empresa para invitar a los europeos a viajar y conocer lugares de Europa, esta campaña se llama "Europe is just next door". Para el video colocaron puertas de colores en diferentes puntos turísticos de Europa, y otras tantas las pusieron en lugares estratégicos, como plazas, o parques. Estas puertas con su marco de colores llamativos, al abrirse, son pantallas que conectan en tiempo real con alguien del otro lado que ve a la persona que abrió la puerta, y lo hace viajar de inmediato. Alguno de ellos por ejemplo, hace una caricatura en tiempo real de quien abrió la puerta, que puede estar muy lejos, pero que en ese momento comparten el mismo espacio virtualmente.

Actualmente, se pueden hacer estos viajes virtuales. Los involucrados en el video en ese momento no estaban pagando un avión o tren, o viáticos, y ya estaban viajando. Claro que el objetivo de la campaña era que los que vieran lo que hay del otro lado de la puerta se emocionaran y viajaran físicamente

Mucho antes de que convirtiéramos las cosas a bits, antes de que se lograra lo que ahora es una realidad, se creó una primera red, que fue con la que todo comenzó: Arpanet.

Arpanet, surgió en la época de la Guerra de Vietnam, en esta red, se hacían transferencias de paquetes con mensajes personales y sirvió de plataforma para un juego de rol que se llama Dragones y Mazmorras, en Estados Unidos. En

Europa también desarrollaron redes similares, la cuestión era, cómo se conectarían estas redes entre sí. Para esto se desarrolló el protocolo TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), que usamos aun. Posteriormente vino el nacimiento de otro protocolo llamado HTTP (Hypertext Transfer Protocol), que sirve para la transferencia de texto hipertextual.

Las redes empezaron a crecer, junto con ellas la cantidad de información y con la cantidad de información la cantidad de usuarios, los aventureros de la red. Con un barco físico que nos introduce al mar (nuestro dispositivo conectado a la red como una computadora), se toma el timón y se emprende el viaje en el mar de información, navegando de un puerto a otro, tratando de encontrar lo que se busca, mientras olas de información nos llevan a lugares no previstos; en el camino encontrarnos a otros marineros y nos ponemos a charlar un poco, o quizás seguimos de largo porque nuestra búsqueda tiene que terminar pronto, quizá sólo hacemos una breve parada para contemplar el paisaje de información, dar un respiro visual y seguir nuestra ruta.

El mar como el tiempo, se ha extendido y a veces parece difícil encontrar el horizonte, muchos dicen que hay incluso un mar más profundo, donde se alberga información ultrasecreta, y que no todos han logrado llegar hasta allí. Lo cierto es que conforme su tamaño se multiplica, encontrar nuestro objetivo podría dificultarse más. Así, se buscó ayuda con los profesionales de la clasificación, quienes con sus sabias habilidades han buscado distintas formas de brindar ayuda al viajero. El mar puede ser engañoso, por lo que han desarrollado elementos que nos ayuden a verificar si la isla en la que pretendemos parar es fiable y firme, o nos encontraremos con alguna falsa información.

Vinieron varios inventos y mejoras que intentaron que la experiencia del usuario al buscar información e introducir información a la red fuera sencillo, Excite, Contex, entre otros, que fueron experimentos para hacer de la interfaz algo dinámico y eficiente. Es un proceso que no se detendrá, pues al hacer de las interfaces algo

intuitivo para un usuario que constantemente evoluciona, estas deben evolucionar con ellos.

Internet ha reducido el tiempo y costo de envío y recepción de mensajes, haciéndolo prácticamente instantáneo, simplificó el procedimiento, y ha evitado el extravío de información, además añadió la posibilidad de enviar un mismo mensaje a muchas personas, por lo menos a 100 o depende el servicio que se esté utilizando y con ello un problema de Spam en nuestra bandeja de entrada.

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, la forma en que se generan contenidos, se buscan y se intercambian es distinta. El emisor, es emisor y receptor a la vez, y el receptor también puede producir contenido y por lo tanto se convierte en emisor. Alejandro Piscitelli retoma el término de *prosumidores* [término creado por Alvin Tuffler en su libro La Tercer Ola, para explicar a los personajes que producían y consumían al mismo tiempo, durante la “Primer Ola”. Alejandro Piscitelli, retoma el término para referir a los usuarios que producen y consumen contenidos] para estos nombrar estos personajes de la comunicación. Ahora la comunicación va de uno a uno, uno a muchos, de muchos a uno y de muchos a muchos.

Dominique Wolton se refiere a Internet, como un sistema de información automatizado e interactivo que obtiene su fuerza de no ser un medio de comunicación, que manda mensajes en todas direcciones y que no tiene un creador específico. Internet rompe con los esquemas antes planteados de comunicación.

Habría que aclarar que Wolton a diferencia de otros entusiastas de las Nuevas Tecnologías, es un teórico de la comunicación que prefiere tomar sus reservas, que desacredita y busca desmitificar Internet, y quiere formar posturas críticas ante el cambio.

Pero nuestra atención no se puede centrar solamente en internet, en la interfaz o las tecnologías que se van renovando, ya que no es lo único que se transforma, el usuario también lo hace.

Los nativos digitales, según los describe Marc Prensky, es una generación que creció con computadoras, y varios instrumentos tecnológicos como cámaras, juguetes, teléfonos celulares, en fin, una gran cantidad de herramientas tecnológicas. Por lo que su forma de ver la vida es diferente a quienes crecieron sin estos elementos y tuvieron que acoplarse los cambios tecnológicos.

Nicholas Negroponte, dice que siempre se habla de ricos y los pobres de la información o de los del Primer Mundo y el Tercer Mundo, pero que la verdadera división es la generacional, y se hará cada vez más visible.

Pierre Levy, habla y explica el impacto de los cambios digitales y sus competencias a través del ejemplo de personas que se desempeñan como tipógrafos o los empleados de la banca, que para realizar su trabajo se encuentran en contacto directo con tecnologías, y que el avance es tan rápido que si no logran avanzar junto con estas, su desempeño laboral se ve críticamente afectado, pues sus habilidades se vuelven obsoletas.

Las tres posturas frente a las competencias digitales nos hablan, primero que hay una generación cuyo estilo de vida siempre se vio rodeado de tecnología por lo que el manejo de estas no le representa complicación alguna, por otro lado existen generaciones que han migrado a esta forma de vida y el esfuerzo es mayor, porque como lo dice Pierre Lévy, sin esta migración incluso su función está en riesgo de ser obsoleta. Por su parte Nicholas Negroponte aborda este fenómeno desde otra perspectiva donde advierte que la brecha entre ricos y pobres ha sido superada por una brecha generacional.

Aunque nos queramos resistir al cambio, el cambio ya ha pasado, el salto ya está dado, porque tomemos la decisión o no, la tecnología avanza y nosotros debemos alcanzarla en este brinco que se ha dado. Hemos pasado de la era Gutenberg a la digital, y nos dirigimos hacia un estilo de vida interconectado con los objetos, internet de las cosas es cada vez más real y cercano a nosotros.

Seis de la tarde. Después de un día de trabajo, Robert vuelve a su casa en su auto. Antes de subirse, mira el celular, que se desbloquea con su iris. En su casa no hay nadie. Sube al auto, el GPS le indica el mejor camino según el tráfico que hay en las autopistas. El dice OK y el auto arranca solo. La aplicación Spotify hace sonar uno de sus discos favoritos: A Kind of blue, de Miles Davis. Las luces se prenden y se regulan solas según la luz exterior.

Cuando Robert está a diez minutos de su destino, en su casa se prende el aire acondicionado a la temperatura que a él le gusta: 23 grados. El sol ya está bajando, la cortina del living y la del resto de las habitaciones bajan hasta la mitad porque hoy no lloverá. Se encienden las primeras luces de la casa. Cincuenta metros antes de que el auto de Robert llegue, el riego del jardín se apaga y el portón del garage se abre. El auto se estaciona, se cierra el portón y por los parlantes del garage se escucha una voz femenina, la de su esposa: “Hola mi amor, bienvenido a casa”. Dos segundos después, continúa sonando A Kind of Blue en toda la casa.

Robert mira la pantalla de Led en la puerta de la heladera con la lista de los alimentos que faltan. Apreta el OK y confirma el pedido al supermercado. Un SMS le hace vibrar el reloj: El camión con los productos que acaba de comprar llegará en una hora y media. La aspiradora pasa, sola y en silencio, por el piso de la cocina.

El sensor inteligente de la casa le manda otro mensaje. Lisa, la esposa de Robert, llegará en quince minutos. Se va a duchar. Entra al baño y la ducha

se enciende con el agua en la temperatura justa. Cuando se saca los zapatos, el reloj le indica cuántos pasos dio desde hoy. Por los parlantes de la casa sigue sonando Miles Davis<sup>14</sup>.

Esta es sólo un ejemplo de cómo ha cambiado tanto el usuario y su relación con los objetos. Si bien pareciera que esto no tiene que ver con el tema que estamos tratando, no podemos pasar desapercibido que los contenidos que se generen deben de estar pensados en la forma con la que el usuario se relaciona con su contexto y a la diversidad de usuarios que existen. Si bien nuestra atención se debe concentrar en la nueva generación, en la generación 0-25, porque son ellos la base de nuestro futuro, la tecnología no sólo ha modificado el estilo de vida de los más jóvenes, también lo ha hecho de alguna forma menos o más impactante a otros sectores de la sociedad.

Internet y las tecnologías se han convertido en un símbolo de libertad, movilidad, apertura. Pero, así como todo está a nuestra disposición tan sólo con acceder, no quiere decir que cualquier persona pueda digerir la cantidad que recibe a diario de información, pues no basta tener la información sino saberla discernir.

Pareciera que a la llegada de las tecnologías de información, y su fácil acceso basta para que uno adquiriera conocimiento, y que muchos roles se eliminan, intermediarios que antes necesitábamos como ayuda a la adquisición del conocimiento, pero por el contrario sólo hacen más evidente su función. Cuanta más información exista al alcance de nuestras manos, más fuerte será la obligación de validar y de comprometer su responsabilidad hacia las informaciones hechas públicas. Es decir que los grupos de profesionales que siempre han sido intermediarios entre la información y el usuario, tienen un valor cada vez más elevado, ante la gran cantidad de información que se puede encontrar en la gran

---

<sup>14</sup> Zaroni, Leandro, *Futuro inteligente*, disponible en: <http://bit.ly/1y9xfPt>, consultado el: 13 de mayo de 2014

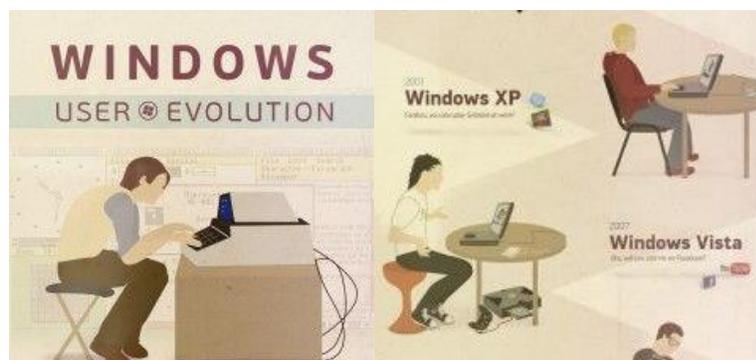
Red, pues se hace visible la necesidad de control, no en un término político, dice Dominique Wolton, sino en un sentido de calidad de la información.

El hombre necesitó comer, afiló una piedra, la amarró a un palo, y salió a cazar. Necesitó cubrirse, de su caza tomó la piel y se vistió. Necesitó andar más rápido, inventó la rueda. Necesitó e hizo, inventó extensiones de sí, como dice Marshall McLuhan, para facilitarse la vida. Las nuevas tecnologías son una extensión del hombre.

### **El usuario y la tecnología: el nacimiento de una relación indefinida**

Anteriormente hablar de interfaz era hablar de una división entre dos espacios, sin embargo ahora cuando hablamos de este concepto nos referimos a un medio por el cual el sistema informático y la red de comunicación, se comunican, como explica Carlos Scolari, en su libro *Hacer clic*. Esto quiere decir que se convierte en un puente físico que nos conecta con algo no físico, como lo es un software.

Nuestra convivencia con la tecnología es tan cotidiana que hemos establecido una relación cada vez más cercana, filias y fobias. Alejandro Piscitelli habla de este amor-odio de la humanidad por la tecnología como “heridas narcisistas”. A muchos les hierde ver como la tecnología poco a poco ha ido remplazando algunas actividades, pero el avance ya no se detiene, nos rodeamos cada día de más tecnologías. Es probable que los ordenadores como los conocemos vayan desapareciendo y se vayan mimetizando con nuestro paisaje tecnológico, como lo menciona Leandro Zanoni, se van haciendo invisibles hasta desaparecer, pero no en el sentido en el que ya no se utilizarán, sino por el contrario estarán en todos lados, como herramientas de la vida diaria.



Fuente: Freemake . “Iniciaron ocupando un cuarto completo, se fue reduciendo su tamaño hasta llegar a un escritorio, luego a nuestras piernas y ahora a nuestros bolsillos”. Nicholas Negroponte.

Internet es una herramienta de herramientas pues nos permite reunir un mundo de elementos en un mismo lugar. Piscitelli define esto como hipermedio, es decir que tiene interconexiones y una gran cantidad de información vinculada. Hipermedia es como una masa que puede ser moldeada según las necesidades, se expande o se comprime tanto como el usuario lo desea. Un conjunto de bits que toman una y otra forma, como un lego con el que se construye lo que la imaginación permita.

Hablar de hipermedia es hablar de un lugar donde se cruzan distintas naturalezas de información para formar un medio no lineal, a diferencia del multimedia que si bien también cuenta con muchos elementos, no tiene enlaces y encontramos todo de forma lineal y por lo tanto no es interactivo, por el contrario de la hipermedialidad, que logra la interacción entre contenidos y entre el usuario y el contenido. Así podemos calificar el tipo de comunicación que ahora conocemos como hipermedia.

Cuando hablamos de hipermediaciones no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá, por encima de los medios tradicionales.<sup>15</sup>

Pero... ¿para qué o por qué se busca una hibridación entre la televisión e internet? Carlos Scolari, nos describe mediante la *coevolución*, esto es que la evolución de los dispositivos de interacción como las demás tecnologías, puede verse desde dos perspectivas, desde la intertextualidad (las interfaces que preceden a las nuevas dejan su marca en éstas últimas) y desde su hipertextualidad (que cualquier interfaz puede tener un diálogo con las demás). Esto es *coevolución*, hablar de cómo las interfaces más viejas, pueden influir en las más nuevas, y a su vez estas tener un diálogo con otras.

La interacción que se da entre el usuario y los dispositivos interactivos, han contribuido a la evolución de otros dispositivos. Así a partir de la aparición de las computadoras, el usuario empieza a modificar su forma de interactuar con otros dispositivos, y obliga a éstos a la evolución, el usuario evoluciona y el dispositivo también lo hace.

“El uso de un dispositivo interactivo no sólo transforma a los sujetos que participan en la interacción: toda la red sociotécnica se va modificando”<sup>16</sup>.

[...] las tecnologías digitales han aceitado, en el sentido de favorecer, las contaminaciones entre lenguajes y sistemas semióticos. Las consecuencias de estas dinámicas son impredecibles porque han hecho entrar en tensión

---

<sup>15</sup> Scolari, Carlos, *De los nuevos medios a las Hipermediaciones*, p. 114

<sup>16</sup> *Ibíd*em, p. 232

al ecosistema generando una explosión de nuevas formas y experiencias comunicativas de las cuales, además, se habla mucho pero se sabe poco<sup>17</sup>.

La hibridación que está sucediendo televisión-internet, no es una búsqueda arbitraria, es una necesidad que el usuario tiene, y por lo tanto repercute en las televisoras, así como en su modelo de negocio. En México, se habla de una crisis de la televisión de señal abierta, la televisión en su forma tradicional. Las dos grandes empresas que se reparten el mercado de la televisión privada de señal abierta han entrado en crisis.

En una entrevista para el periódico en línea sin embargo, el presidente del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones, Gerardo Soria Gutiérrez, dijo que la televisión abierta como mercado ya no es rentable y que el sector publicitario estaba volcándose hacia la televisión de paga, pues ahí es donde se concentran las audiencias con capacidad de compra.

Cabe destacar que pese a que Gerardo Soria describe esta problemática para la televisión abierta, esta crisis también la está cruzando la televisión privada, lo que nos hace preguntarnos, ¿hacia dónde están migrando las audiencias? Una encuesta realizada por el diario *El Universal*, en el año 2015, señala que el mexicano ve al día en promedio 1.8 hrs de televisión; en contraste con estas cifras en un estudio del mismo año, de hábitos de usuarios en Internet de la AMIPCI el promedio de conexión son 6 horas y 11 minutos. Más que una búsqueda, pareciera ahora una implementación o una hibridación necesaria para la televisión. La digitalización, es una invitación abierta a la creatividad, y es la clave para tener este avance como un aliado más que como enemigo.

Como lo dice Dominique Wolton, Internet no es un medio de comunicación, no se resume a esto, es algo diferente a un medio de comunicación. Reúne en un solo

---

<sup>17</sup> Scolari, Carlos, *De los nuevos medios a las Hipermediaciones*, Gedisa, España, 2008, p. 118

lugar cosas varias, que hace de este un hipermedio, todo se vuelve interactivo, hipertextual.

El hipertexto o la hipertextualidad, tienen su origen tiempo atrás, cuando científicos al observar la forma en que nuestro cerebro trabaja al relacionar información quisieron imitar esta reacción a través de una máquina que utilizara la misma estructura de interrelación de la información, vinculando los datos almacenados.

Derrick Kerckhove, explica que la “hipertextualidad significa acceso interactivo a cualquier cosa desde cualquier parte. Mientras que la digitalización es la nueva condición de la producción de contenidos, la hipertextualidad es la nueva condición del almacenamiento y la entrega de contenidos.”<sup>18</sup>

— ¡Nombre, ustedes que no les tocó esto!, y ahora tienen las computadoras como las de hoy, es una gloria de verdad, puedes cortar trozos de texto y cambiarlos y hacer cuantos cambios desees. Las teclas son tan suaves que hasta da gusto escribir. Ustedes los jóvenes son privilegiados. (Según cualquiera)

El tiempo pasó, y no sólo se redujo el tamaño de las computadoras, sino que fueron absorbiendo las herramientas que estaban a su alrededor, cual hoyo negro con la misma energía, sólo que sí sabemos cuál fue su destino, todo se digitalizó. El calendario, los lápices, el papel, el reloj, los papelitos que se pegan como recordatorios, entre otras cosas. La computadora se ha ido posicionando en nuestras vidas hasta tomar un lugar casi vital.

No sólo la forma física y tangible ha cambiado, sino también la interfaz gráfica, lo intangible pero visible. Cuanto antes todo eran códigos y comandos que se tenían

---

<sup>18</sup> Kerckhove, Derrick de, *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*, Gedisa, España, 1999, pp. 17-28

que memorizar, pasamos a una interfaz gráfica donde todo son iconos, todo es tan visual que la forma en que nos movemos dentro de ella se vuelve intuitiva.

Las modernas interfaces del usuario generalista, ya sean el MAC OS, el Windows o el UNIX, permiten llevar a cabo acciones complejas y de detalle con los datos del ordenador, desde obtener información sobre un objeto a copiarlo, cambiarlo de sitio, cambiar la manera en que se muestran los datos, etcétera.<sup>19</sup>

Engelbart fue quien diseñó las primeras interfaces con una gráfica amigable para que el usuario interactuara con la máquina. Una de sus creaciones más relevantes para el mundo fue la invención del mouse junto con la metáfora del escritorio.

Los elementos digitales con los que contamos ahora son interactivos. Interactuamos con ellos, y nos volvemos interlocutores. Dejamos la pasividad para ser usuarios totalmente activos y aún más interactivos.

Hay que entender primero la diferencia entre algo activo y algo interactivo. Los medios digitales hacen posible detectar una “relación transformativa entre el usuario y el medios”, es decir, existe la capacidad de transformar el flujo y la forma de los contenidos. Anteriormente los medios tradicionales, sólo permitían la “actividad”, es decir que el usuario sólo interpretaba el contenido, y como consecuencia sólo era consumidor de lo que se le hacía llegar. Actualmente lo que se busca es involucrarlo más, haciéndolo parte de un sistema más grande. Este es el modelo que adoptan los “nuevos medios”. Crear ambientes interactivos.

El concepto de interactividad tiene su origen en la década de los setenta, cuando Joseph Licklider, menciona y predice en un artículo titulado Man-Computer-Symbiosis, cómo las computadoras y el hombre desarrollarían una relación mucho

---

<sup>19</sup> Manovich, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Disponible en: <http://bit.ly/2bw3FC2>, consultado el: 23 de marzo de 2016.

más cercana e íntima, al grado de llamarse “socios electrónicos”, *esta relación hará una alianza.*

La interactividad sucede entre dos sujetos, pero también como ocurre hoy, entre un sujeto y un dispositivo, se podría pensar que esta acción es mucho más frecuente entre el sujeto y el dispositivo en las sociedades ciudadinas y modernas, donde se establece no sólo un vínculo de beneficio sino emocional. La interactividad permite volver al dispositivo parte del sistema funcional del sujeto.

Los usuarios adquieren habilidades adaptativas en el uso de tecnologías, habilidades que se han hecho imperceptibles, pues poco a poco, se vuelve un proceso natural. El reconocimiento del dispositivo y el aprendizaje continuo por medio de la experiencia, el medio y el usuario crean una relación simbiótica y aunque la adaptabilidad forma parte de las características del ser humano, enfrentamos el desarrollo de competencias técnicas.

Los migrantes digitales, por ejemplo, se han tenido que enfrentar al reconocimiento de todas las funcionalidades de un teléfono inteligente, que son los medios básicos para la comunicación en la actualidad. Manipular el *touch*, para enviar mensajes y hacer llamadas suele ser de las actividades que los hacen palidecer.

Nicholas Negroponte , hace un reclamo a los diseñadores de teléfonos, pues para él la acción se complica al tener que marcar un teléfono, pues lo que él quiere es contactar por teléfono a personas, así que lo que él sugiere es un secretario robot al que se le puedan dar las instrucciones y entonces se encargue de la engorrosa tarea.

Con la llegada de Internet y las tecnologías de la información, no sólo las acompañan otros hábitos, otros métodos de percibir el mundo, una nueva forma de comunicar y de compartir, una nueva forma de enseñar y aprender, de conocer,

de ver la televisión, de informarse de viajar, una nueva forma. De la mano de todo esto viene la necesidad de crear conceptos que engloben o que logre aterrizar todos estos cambios.

Es tan rápido el proceso de evolución de la tecnología, que ahora buscamos entender qué sucede y cómo ha afectado nuestra realidad, no de forma práctica sino más bien teórica y tratar de construir un posible camino que se seguirá, implica la creación de conceptos, conceptos que a la velocidad de como suceden las cosas se van diluyendo y van perdiendo vigencia, son efímeros y entonces hay que hacer una resignificación. Un ejemplo de estos conceptos que han pasado a la historia es: Multimedia. En su momento resultó innovador, una entrega lineal de información en distintos formatos, video, audio y texto, actualmente los contenidos ya no son entregados de forma lineal, ahora es hipermedia.

Negroponte propone estudiar la digitalización desde la siguiente pregunta, “¿La naturaleza de un medio puede reproducirse en otro?, ¿es posible que lo que experimentamos al ver televisión se parezca cada vez más a lo que experimentamos en los periódicos?”.<sup>20</sup> La mezcla de bits y átomos tiene un mundo de posibilidades al alcance.

La convergencia tiene varias acepciones, Ramón Salaverría, en su artículo Convergencia de los medios, habla de la convergencia multimedia en cuatro dimensiones, la empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa; y Carlos Scolari lo sintetiza en el siguiente cuadro.

Dimensiones	Características
-------------	-----------------

---

<sup>20</sup> Negroponte, Nicholas, Ser digital, Ediciones B. S.A., España, 1995, p. 16.

Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Fusión de empresas complementarias.</li> <li>*Diversificación mediática/multiplicación de medios dentro de un mismo grupo de comunicación.</li> <li>*Las nuevas plataformas en línea obligan a revisar los modelos de articulación entre los medios.</li> <li>*Conformación de nuevos sectores de la economía (multimedia interactivo, infocomunicacionales).</li> </ul>
Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Digitalización de los procesos de edición, producción y difusión con los consecuentes cambios en las rutinas productivas y procesos de producción cultural.</li> <li>*Transformación de las tareas dentro de los medios.</li> <li>*Difusión de nuevas formas de hacer y difundir la información (periódicos electrónicos, blogs, wikis, etcétera).</li> <li>*Adopción de sistemas de gestión de contenidos (XML).</li> <li>*Prolefireación de nuevos dispositivos receptores digitales (DVD, portátiles, vídeo Ipods, teléfonos móviles, etcétera).</li> </ul>
Profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Nuevas figuras profesionales como interaction designer, gestor de contenidos, etcétera).</li> <li>*Desaparición de figuras profesionales tradicionales (fotomecánico, corrector, etcétera).</li> <li>*Nuevos perfiles (periodista multitarea, periodista multiplataforma).</li> <li>*Verificación (el comunicador asume mayor responsabilidad y protagonismo en el proceso de producción informativa).</li> </ul>
Comunicativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Nacimiento de una nueva retórica multimedia (convergencia retórica).</li> <li>*Expansión de algunos lenguajes y medios (infografía).</li> <li>*Convercencia de servicios (una misma información se distribuye en varios canales).</li> </ul>

Lorenzo Vilches define convergencia como la fusión que se produce entre las industrias creativas analógicas y digitales. “El encuentro de prácticas tecnológicas y de ideas o tendencias económicas, sociales, culturales”<sup>21</sup>.

Guillermina Franco dice que la convergencia es “la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares. [...] Cada una mantiene su propia evolución y además, se integra en el nuevo sistema para dinamizarlo”<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Vilches, Lorenzo, “El fin del modelo único de televisión”, *Convergencia y transmedialidad, la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*, Gedisa, España, 2013, p. 28

<sup>22</sup> Franco Álvarez, Guillermina, *Tecnologías de la comunicación*, Fragua, España, 2005

Es decir que convergencia se refiere a una fundición entre distintas industrias, plataformas, acciones perspectivas, es un acto interdisciplinario que permite la creación de nuevas formas de comunicar, nuevas herramientas.

Hablar de convergencia es hablar de la llegada de internet a nuestras vidas cotidianas, al introducir las herramientas de la Gran Red e introducir ésta a las herramientas de la vida cotidiana, tuvo repercusiones en los medios de comunicación y se fueron fusionando como menciona Lorenzo Vilches “las industrias creativas analógicas y digitales”.

Esta convergencia si bien en los últimos años ha sido más evidente fue un proceso. Las primeras formas de conectarse a internet desde casa, era a través de la línea telefónica, se tenía que avisar para que no ocuparan el teléfono. El inicio de la conexión tenía un peculiar sonido.

Actualmente contamos con módems, palabra que deriva de modulador-demodulador, que es el proceso donde se transforman los bits. Los bits viajan a través del cable, y dependiendo la cantidad de bits que logren viajar se determina el ancho de banda, mientras más bits puedan viajar el ancho de banda es más alto, si viajan pocos, el ancho de banda es poco. Hay tres medios por los que los bits hacen el recorrido, puede ser por tubería de cobre, por fibra óptica, o por el espectro radiofónico.

El medio más barato para conectarnos a internet es a través de la fibra óptica, una fibra con el espesor del cabello de un humano, que permite el viaje de un amplio número de bits. El costo de cobre es más elevado, y no hay necesidad de usarlo más, sin embargo la razón por la que las compañías de telefonía local conservan cables de cobre es porque también transmite energía, si se va la luz o hay un desastre natural, las líneas telefónicas siguen activas, esto no sucede con la fibra óptica.

Pensar en las nuevas tecnologías, nos hace abandonar hábitos de antaño y nos invita a hacer una renovación. Hace unos años la televisión era el aparato más básico en cuanto a funcionalidades. Actualmente existen lo que llamamos smartv, una televisión que tiene otras funciones.

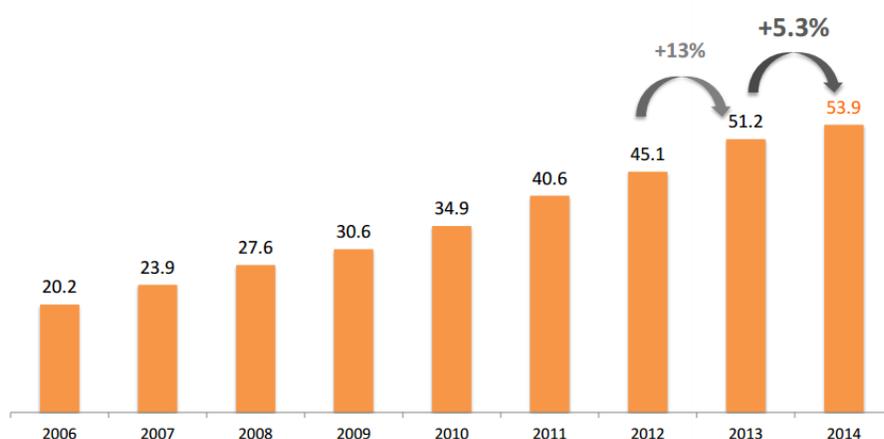
## El significado de internet en la vida del mexicano en números

“El futuro ya está aquí aunque su distribución no sea pareja todavía”

William Gibson

Con motivo del día de Internet, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI), cada año hace un estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet. En 2014 hubo un crecimiento de 5.3% de los usuarios de internet, tenemos más de 53.9 millones de usuarios, de los cuales la mitad son hombres y la mitad son mujeres. La gran mayoría de los usuarios se encuentran entre los 6 y los 34 años. El 46 por ciento de los usuarios pertenecen a un nivel socioeconómico medio y el 31% al nivel medio alto.

### Evolución usuarios de internet en México 2006-2013\*

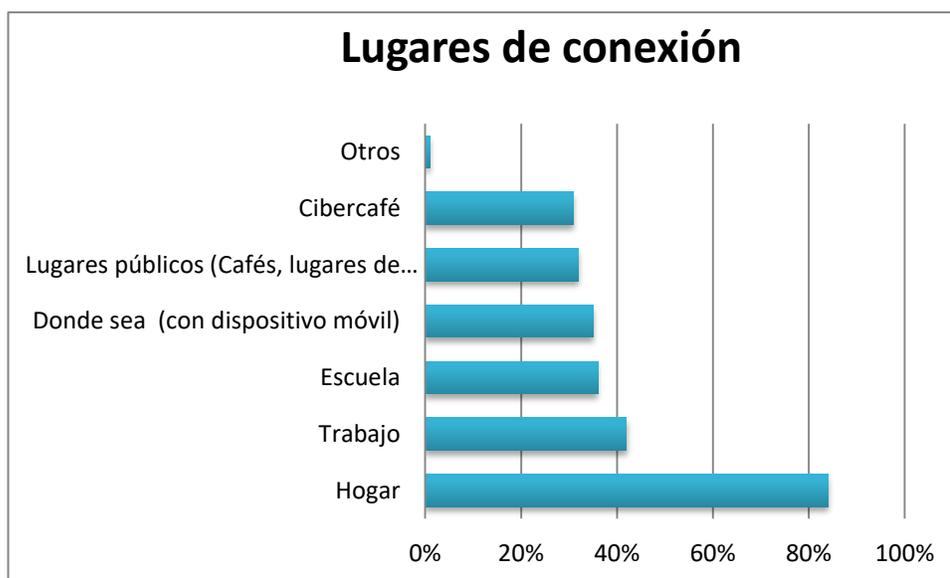


Fuente: AMIPICI

En promedio los usuarios llevan aproximadamente 6.1 años navegando en la Gran Red. Una de las actividades principales como ya lo habíamos visto desde un inicio la actividad que más se realiza en la web, es el envío y recepción de correos

electrónicos, y hasta el momento sigue encabezando la lista de actividades, le sigue en la lista la búsqueda de información, y luego el uso de las redes sociales<sup>23</sup>.

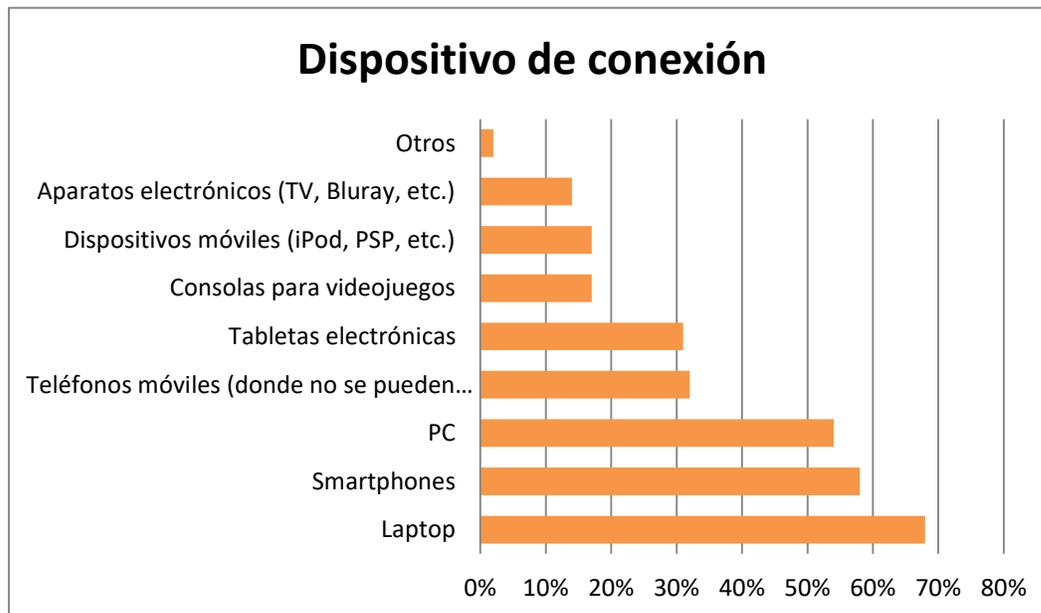
Como comentaba anteriormente el promedio de horas que un mexicano dedica a navegar en internet aumentó 24 minutos con respecto al 2014. El lugar donde ocurren el mayor número de conexiones es el hogar, luego el lugar de trabajo o de estudio, seguido del uso de datos de conexión que permite conectarse desde cualquier lugar, y en los últimos lugares encontramos los cibercafés.



Fuente: AMIPCI

La mayoría de los usuarios se conectan a través del wifi, es decir un 84%, esto significa un aumento del 24% respecto al año 2014 y los usuarios que utilizan datos prepago o por contrato suman un 58%.

<sup>23</sup> AMIPCI, *Hábitos del internauta mexicano, 2015*, disponible en: <http://bit.ly/1e53cpF>, consultado el: 5 de noviembre de 2015



Fuente: AMIPCI

Una gran parte de los mexicanos se conectan a internet a través de sus smartphones, esto es el 58%, es esto es un 10% menos que los que se conectan a través de una laptop y un 27% sobre los usuarios que se conectan por medio de una Tablet.

En las encuestas los más desfavorecidos son los que se encuentran lejos de las ciudades a lo que no llegan servicios con la capacidad para recibir señales de alta calidad, sino solamente calidad aceptable. He escuchado innumerables comentarios de cómo es imposible que un país como el nuestro, tercermundista rompa las brechas digitales. Es evidente que el ritmo no será el mismo pero no es imposible hacer las tecnologías cercanas a las comunidades que se encuentran alejadas. Hace tiempo leí esta nota del 3 de noviembre de 2014: *Ni Telcel ni Movistar; comunidad zapoteca implementa su propia red de telefonía celular.*

En una comunidad zapoteca en Oaxaca, en la sierra norte, donde no había servicio de telefonía celular ni existía algún intento por llegar a esos lugares pues al parecer era una zona que no representa ingresos importantes, y pese a las peticiones, las grandes empresas se negaron a brindar sus servicios en este lugar, por lo que se desarrolló una red local, basada en el funcionamiento de la radio comunitaria.

Dicho modelo proviene de la Radio Comunitaria Dizha Kieru. La comunicación se realiza a través de un equipo de sistema global (GSM) de bajo costo, un software libre y tecnología Volp (Voice over IP), que hace posible la transmisión de voz de forma digital a través de Internet, reporta la agencia noticiosa *AFP*.

Pedro Flores, coordinador del proyecto y quien es parte de Rhizomatica, gestora del plan, dijo al portal *desInformemonos* que la idea es que la comunidad administre su propio sistema basado en los modelos de las radios comunitarias, además de fomentar la comunicación a larga distancia e impulsar un servicio para las poblaciones.

Como lo diría Piscitelli, en un momento u otro los inventos se generan a la par en distintos lados, aunque sean vetados o exista una negativa o resistencia, las cosas suceden porque la sociedad está preparada porque es inevitable detener la evolución, porque así es lo natural. Ante las negativas que recibió la comunidad zapoteca de Villa Talea de Castro, crearon su propio sistema.

También, para Internet hay una opción pensada en aquellas comunidades que son de difícil acceso, y que llegar a través de cable puede ser imposible, se llama WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access). Es un estándar inalámbrico que funciona a través de ondas vía radio, este tipo de red ofrece cobertura de hasta 48 km de radio con una velocidad de 70 Mbps<sup>24</sup>. Funciona con torres que repiten señales y a su vez mandan señal a los ordenadores.

La distancia dejó de ser un problema, para recibir no sólo señal IP sino Internet. Existe otra forma que inicialmente fue de uso militar, Mesh, son antenas redundantes que replican señales, y si alguna falla, incluyendo la que es fuente, automáticamente se buscan rutas alternativas.

---

<sup>24</sup> Boronat, Fernando, IPTV: Televisión por internet, Vértice, España, 2008, p. 163

## **Transmedia, la alternativa al modelo tradicional de la televisión**

“La convergencia televisión/red es, a tenor del abandono de la publicidad de los últimos cinco años, un paso obligado para la supervivencia de la televisión frente a la desviación de los públicos hacia otras pantallas [...]”

Lorenzo Vilches

En la década de los setentas y ochentas, las estructuras de lo audiovisual eran estudiadas de forma separada a la tecnología. Cada medio tenía una metodología propia de estudio, la televisión, la prensa y el radio. Parecía estar todo muy sistematizado hasta que en la década de los noventas con la aparición de internet, los estudios empezaron a girar de rumbo y dirigirse hacia el estudio de la tecnología y los medios de comunicación, hacia el aspecto socio-tecnológico y hacia el concepto de la migración digital de forma conjunta.

Pronto dejaron de ser estudios locales para ser globales. Que buscan entender las dinámicas que surgen con los cambios tecnológicos en los medios de comunicación masivos.

Hace algunos años, se corrió el rumor sobre la desaparición de la prensa escrita y los periódicos en papel, la muerte se le ha atribuido a la llegada de internet. Bill Gates en 1988, en una declaración dijo que el comienzo del nuevo milenio marcaría el fin de los editores de diarios y revistas.

Se ha augurado también la muerte de la televisión, no así lo que estamos viviendo es una evolución, en la que además los usuarios, actúan como sujetos activos en la creación y consumo de contenido audiovisual.

## Convergencia de televisión/red

No podemos negar que la prensa impresa ha sido afectada por la llegada de las tecnologías a los medios, sin embargo esto no marca una muerte a la prensa. Los grandes diarios han tenido que modificar su modelo de negocios.

En una nota sobre los casos de crisis en los grandes periódicos, de Matías Martínez, se narra la intención del The New York Times por cerrar el acceso gratis y establecer una cuota por la consulta de sus artículos, también se habla de la declaración Bill Keller, el entonces director, en el que hablaba del futuro del modelo de negocio del periódico, con micro-pagamientos, suscripciones, adhesiones, licencias e incluso donativos voluntarios.

Los periódicos para continuar existiendo han tenido que incluir a la tecnología en el soporte de entrega de sus contenidos. El 6 de noviembre de 2015, se publicó una nota *NYT innova con periodismo de realidad virtual*, que habla sobre cómo el diario The New York Times, está incursionando en la realidad virtual para algunas de sus notas.

En la radio, también han surgido cambios, resultado de la convergencia. Había asimilado con naturalidad casi todos los cambios que el paso del tiempo suponía, sin embargo ante la llegada de internet fue algo distinto, pues significó una transformación integral, que afectó a todo el sistema.

La radio tiene que desprenderse de estructuras y de fórmulas obsoletas y proponer alternativas con lenguajes adaptados a los códigos de los nuevos públicos, tanto en el ámbito de la información como en el de la ficción. Una de las prioridades es renovar el concepto de actualidad.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Soengas, Xosé, *Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital*, disponible el: <http://bit.ly/2bwaJ1h>, consultado el: 15 de noviembre de 2015

La radio al igual que los otros medios de comunicación se enfrenta a la evolución de sus audiencias, ya que éstas gracias a las posibilidades de la gran red, pueden descargar o localizar música en concreto, sin tener que sintonizar alguna estación.

Se siguen haciendo experimentos con las tecnologías en la radio, un sistema digital que se ha empleado, por ejemplo en España es el DRM, que además de escucharse la señal de radio, añade datos complementarios a la transmisión, es decir, si se está escuchando un partido de fútbol también se podrán ver los resultados del partido o los titulares de noticias.

Además de estos experimentos, surgieron los llamados podcasts, que son episodios de un programa de radio disponibles en Internet o transmisiones grabadas, que permiten llegar a un nuevo tipo de público y también mantener a sus audiencias<sup>26</sup>. Los podcasts, son descargables y por lo tanto portables.

Por su parte la televisión sigue siendo un centro de poder mediático, y es que a lo largo del camino hacia la digitalización se ha ido introduciendo poco a poco en el mundo de internet, el primer peldaño fue ser un tema de conversación en las redes sociales, el segundo empezó a tener una página web, donde se informaba su programación o información que querían las televisoras hacer llegar a su audiencia, y ahora nos encontramos contenidos online como parte de su programación oficial y estamos en camino hacia una migración de contenidos en varias pantallas y segundas televisiones, hacia un lugar de convergencia de internet y televisión.

Esta nueva etapa representa una nueva ventana donde se descubren horizontes antes no explorados, permite alcanzar nuevos usuarios y lograr contenidos transmedia. Llegan nuevas formas de producción y financiamiento que nos

---

<sup>26</sup> Itunes, Para los fans de los podcasts, disponible en: <http://apple.co/2aXeXfU>, consultado el: 15 de agosto de 2016

introducen a un campo de experimentación amplio no sólo para producciones profesionales sino para producciones amateur.

La convergencia digital, aparece en un momento propicio para la televisión, como una medida de supervivencia, pues la inminente migración hacia otras plataformas y tipos de contenidos representan una fuerte competencia actualmente, si la televisión no toma el riesgo de aventurarse la pérdida es grave.

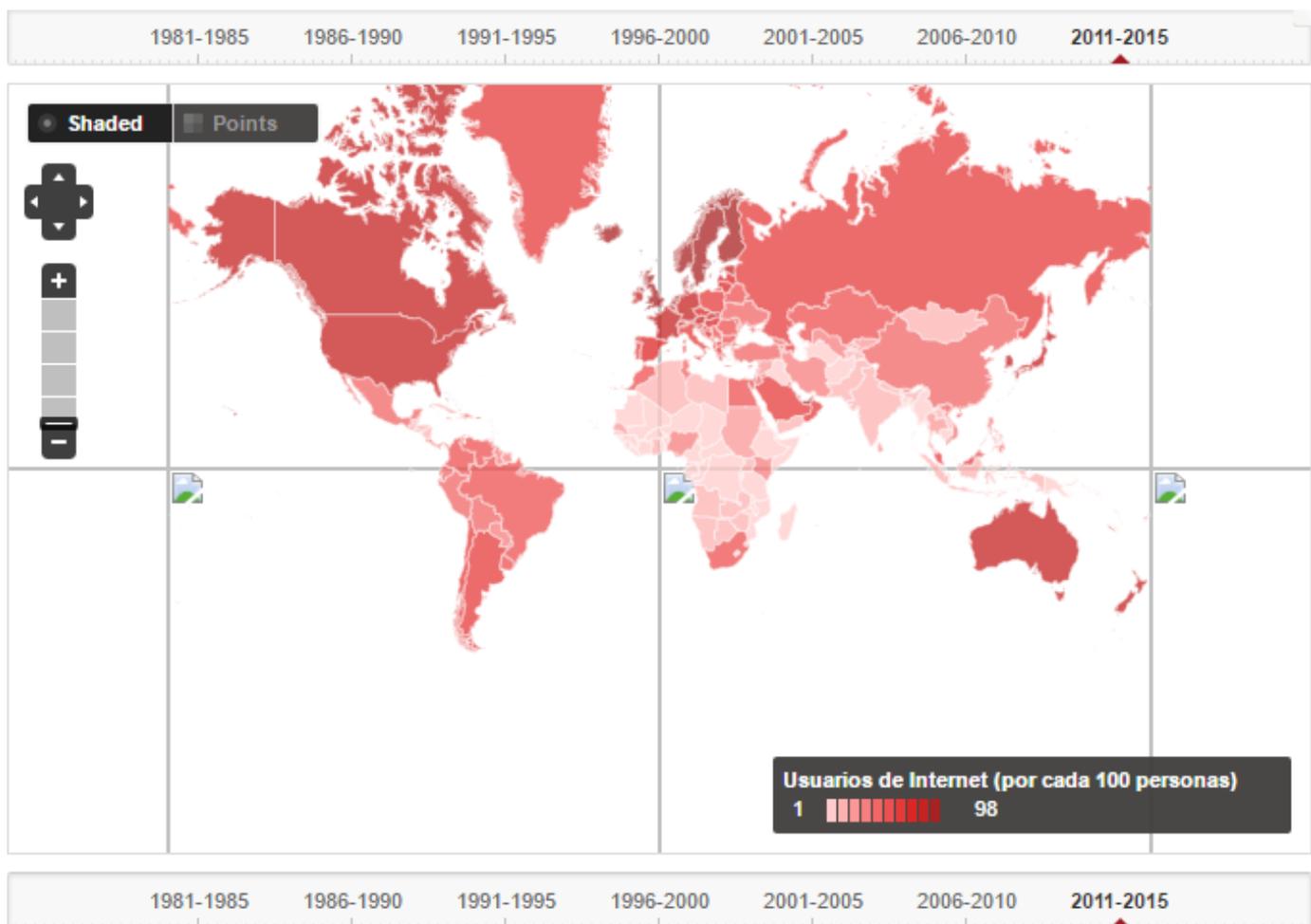


Imagen tomada de: Banco Mundial

En esta gráfica del Banco Mundial podemos observar el nivel de penetración de Internet. Los países de Norteamérica y Europa, así como los del continente australiano; por el contrario los países del continente africano son los que menos

penetración tienen. México tiene un nivel medio de penetración, junto con América Latina. En tan sólo 30 años ha llegado a penetrar casi todos los rincones del mundo.

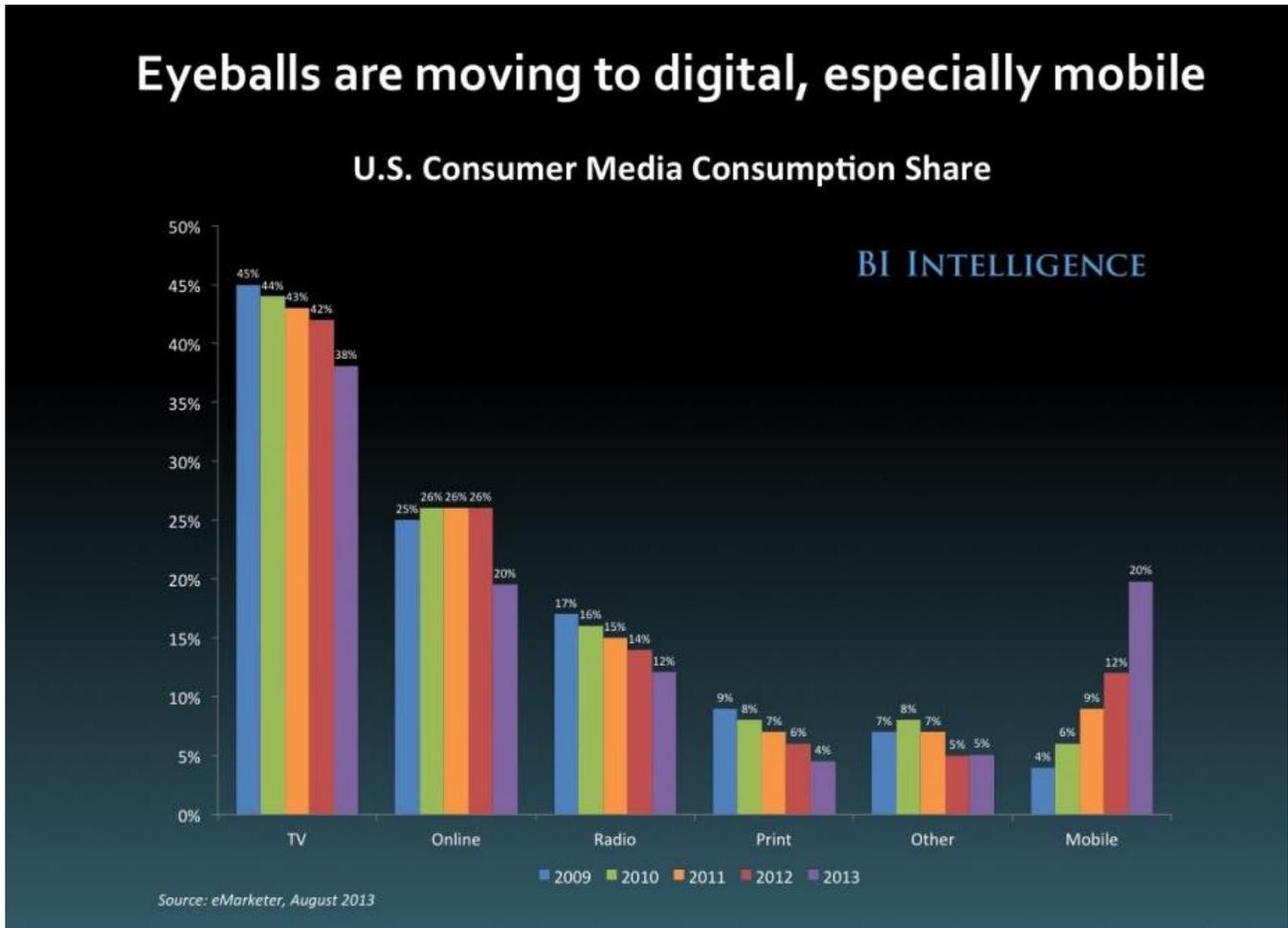


Imagen tomada de: Bussiness Insider <http://read.bi/1iCl8qP>

Esta gráfica muestra el crecimiento de la televisión en línea, el decrecimiento de la televisión convencional pero sobre todo el dramático crecimiento de los contenidos vistos en móviles, la popularidad de estos contenidos en tan sólo 5 años ha crecido 5 veces su porcentaje inicial.

Debemos tomar en cuenta que este tema no es una plática de proyectos a un futuro lejano, sino más bien de uno muy cercano que con el avance de los días se

hace presente. Son momentos críticos para la televisión pero no de una muerte anunciada. .

La vigencia de la televisión en su forma tradicional está llegando a su fin, y con esto no significa que sea el inicio de la etapa terminal de la televisión y por lo tanto desaparezca, sino por el contrario es tiempo de un renacimiento, si las mismas televisoras están dispuestas a evolucionar al paso que se requiere en el camino de la tecnología. La televisión puede renovarse.

Así vemos por ejemplo la afamada serie española Isabel, de la televisión pública española, que ha utilizado las segundas pantallas. Durante la transmisión de la serie, se les da información adicional al televidente en sus dispositivos, como información histórica de los recintos de acuerdo al momento que aborda la serie o personajes; y también se generaba discusión entre ellos vía sus redes sociales.



En la imagen se muestra, la información sobre Álvaro de Luna, en el momento en que se ve a cuadro el personaje, también marca el minuto en donde se presenta, así se puede ubicar la información de este personaje. Imagen tomada de: RTVE.

Las primeras aplicaciones desarrolladas para mejorar la experiencia del televidente con una serie fueron las series norteamericanas *Grey's Anatomy* y *Bones*, en el 2011<sup>27</sup>.



Estas primeras aplicaciones daban material adicional, como videos y fotos. Imagen tomada de: <http://bit.ly/2bwmuVu>

Nicholas Negroponte, propone la televisión del futuro algo más como un sistema bajo demanda de programación. Explica que los únicos programas que necesitan su transmisión en vivo, son los deportivos y los de resultados electorales, por lo tanto todo el resto puede ser visto en el horario de preferencia del usuario, sin tener que estar sujetos a lo que el canal diga o a las decisiones de tiempo de una televisora.

Algo así como lo que sucede con los servicios de series o películas bajo demanda como Netflix o ClaroVideo. Nadie establece un horario destinado a cada película o serie, el usuario tiene la libertad de decidir en qué momento la ve y si necesita pausarla y verla en otro momento la información es guardada en el sistema y retomarla después.

Con la aparición de nueva tecnología también surgieron nuevos protocolos de transferencia de imágenes o datos, entre ellos FTP (File Transfer Protocol), “este

<sup>27</sup> Barrientos, Mónica, La convergencia y la segunda pantallas: el caso Isabel (TVE), Dialnet, retomado de: <http://bit.ly/2bwmuVu>, consultado el 23 de mayo de 2016

protocolo permite la transferencia de ficheros de un ordenador a otro, bajo un control ejercido por el software servidor y por la configuración de éste que hayamos fijado”<sup>28</sup>. TCP (Transmission Control Protocol), trabaja con el protocolo IP, “posibilita la administración de datos que vienen del nivel más bajo del modelo, o van hacia él. Es decir que permite que dos máquinas que están comunicadas controlen el estado de la transmisión. y el IP (Internet Protocol) que es un protocolo de intercambio de paquetes a nivel de servicio y de implementación. No orientado a conexión cuyos paquetes se enrutan independientemente y no garantiza la entrega, orden y la no duplicidad de la información, tampoco detecta ni corrige errores”<sup>29</sup>.

La transmisión de datos vía IP no sólo nos permite navegar por Internet sino también, ha dado lugar a algo que se llama IPTV (Internet Protocol Television). Se llama IPTV a la distribución de canales de televisión tradicionales, películas, texto, gráficos, datos y contenido de video y audio bajo demanda sobre una red IP de banda ancha privada. La IPTV, puede ser interactiva y verse en distintos dispositivos móviles gracias al uso de la IP.

Con la posibilidad de envío y recepción de datos vía IP, la televisión y otros servicios como telefonía e Internet, se venden por el mismo paquete, a este tipo de servicio se le llama Triple Play, para este conjunto de servicios ya no hace falta un soporte físico para cada uno, a través de un mismo soporte, como fibra óptica, se envía los paquetes de datos y se da los tres servicios. La mezcla de bits que se convierten en lo que deseemos.

La evolución a este tipo de servicios, será recibir lo mismo pero a través de nuestro móvil. Para la sorpresa de muchos, que dicen que la pantalla del celular nunca será una buena idea para ver por ejemplo una película, Fernando Boronat,

---

<sup>28</sup> Sirviendo web desde la escuela, disponible en: <http://bit.ly/2aXnorA>, consultado el 10 de abril de 2016

<sup>29</sup> Protocolo IP y TCP , disponible en: <http://bit.ly/2aSMug5>, consultado el 10 de abril de 2016

habla de un estudio que demostró que la pantalla del celular y su aspecto a 15-30 centímetros es proporcional a ver la televisión a tres metros.

La IPTV ofrece varios servicios como televisión digital, grabación de canales digitales, video bajo demanda, aplicaciones para hacer la televisión interactiva, también puede ser usada para la enseñanza a distancia, videoconferencias entre otros más.

Cuando hablamos de IPTV, nos referimos a un servicio privado o de paga, al menos hasta el momento es así, pues en su fase inicial se debe hacer una configuración de infraestructura específica, costos que no todas las televisoras o canales de televisión están dispuestos a asumir. Con el término de IPTV pueden surgir dudas de si es o no televisión por internet y si lo es pero sólo en la generalidad, la IP llega a nosotros gracias al servicio de internet, al igual que la señal que se envía por la IP, así que técnicamente sí es televisión por internet, pero en el concepto es en donde todo cambia.

La televisión por internet a diferencia de la televisión IP, es usar nuestro ordenador o dispositivo, ingresar a internet a través de un navegador o alguna aplicación, y ver desde ahí el contenido. Suena un poco confuso, sin embargo una diferencia crucial entre las dos son los costos de producción, mientras que la televisión por internet puede implicar tecnología ligera y una economía mínima, o también encontrarse con contenidos más elaborados y economías más fuertes, la IPTV sólo admite a economías mayores.

Así nos podemos encontrar con canales de televisión con contenidos grabados de forma sencilla desde un dispositivo móvil, hasta grandes producciones o la sólo retransmisión de lo que se está viendo en el canal de televisión. La televisión por internet no discrimina, pero la IPTV es sólo para aquellos que tienen las posibilidades técnicas, materiales y económicas.

La televisión a través de la IP, sobre todo ha sido utilizada por las empresas que se dedican a la televisión privada o por cable, pues representa una nueva oportunidad de mercado.

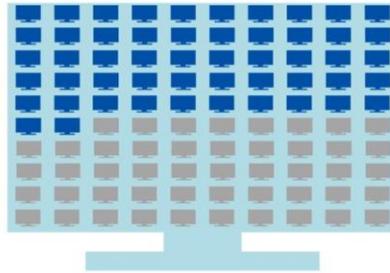
En cuanto a los contenidos es cada vez más cercano a nosotros, decidir qué ver y que no ver, recibir recomendaciones conforme a lo visto, descartar lo que no agradó, y sobre todo verlo en el horario que uno puede. A principios de la década de los 90, cuando la posibilidad de las repeticiones programadas no existían, lo común era dejar grabando en la videocasetera toda la programación mientras no se estaba en casa, con el riesgo de que no grabara bien, se fuera la luz o cualquier otra cosa que pudiera impedir verlo después, la otra opción era pedirle a alguien que sí estuviera en ese momento lo grabara.

Hoy en día si no estás en el horario en que se transmite tu programa favorito ya no es un problema, ya no tienes que cargar con la preocupación del descuido de otras personas, sólo es cuestión de programar la grabación, fijar un horario y pulsar el botón. Otra de las herramientas que facilita este procedimiento se llama VoD (Video bajo demanda), o video o televisión a la carta, con el que puedes acceder a los contenidos de la forma que quieras, se puede elegir entre todo el contenido y ver el programa favorito en el momento en que así se desee, sin tener que estar atados a un horario fijo.

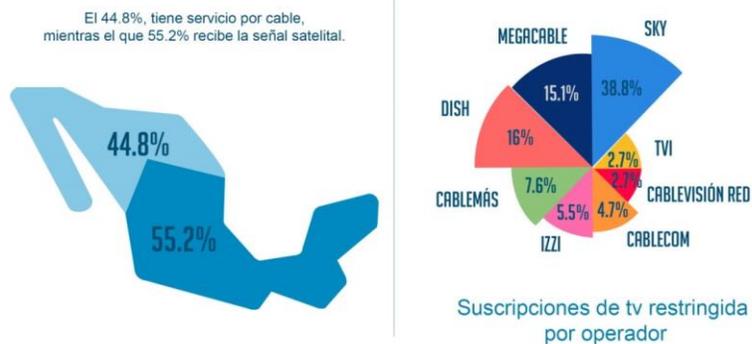
La primera vez que se utilizó esta tecnología fue en Hong Kong en la década de los noventa. Era impensable que el sistema de televisión por cable ofreciera ese servicio, el día de hoy ya es una realidad.

La televisión cada vez se encamina más hacia el cumplimiento de la denominada Triple A (Anywhere, Anytime y Anyway), y nos acercamos hacia el término Posttelevisión. Una televisión que mantiene su característica visual y que se alimenta y se enriquece con las herramientas que da la era digital.

# TV DE SEÑAL RESTRINGIDA EN MÉXICO 2015



52 de cada 100 hogares mexicanos tienen contratado algún servicio de tv de señal restringida. México se encuentra por debajo de China y Chile, pero arriba de Colombia, Turquía y Brasil.



Elaboración propia con información del IFT

Carecemos de términos que nos ayuden a identificar con especificidad cada una de las formas de hacer televisión por y para internet, el término es bastante genérico y sólo nos direcciona hacia el origen de este suceso, la convergencia de la televisión y de la red, pero no existe un término para cada forma de hacer televisión en la era digital ni existen tampoco fórmulas específicas de cómo la televisión debe utilizar la tecnología como herramienta.

La tecnología, es tierra fértil para la creatividad, para la experimentación y la exploración. Día a día se descubren nuevas cosas que podrían servir de acuerdo al contexto en el que se esté moviendo la televisora que haga uso de ellas.

Hasta el momento hemos venido hablando de internet y las nuevas tecnologías, pero dentro de ellas nos encontramos tejidos sociales que también han afectado de manera significativa nuestra vida cotidiana. Subsistemas que se empiezan a generar dentro del mar de información de la gran red: las redes sociales.

Es importante en este punto mencionarlas, pues han sido aliadas para los medios de comunicación, incluida la televisión en este camino hacia la digitalización. Lorenzo Vilches dice que los contenidos transmedia que rondan por las redes sociales han tomado un sentido comunicativo y de relaciones; a su vez las redes sociales han construido una reputación de libertad de las relaciones sociales, con el permiso de hablar desde la propia subjetividad sobre diversos temas.

Así encontramos una serie de productos que se han ido construyendo en las redes sociales, un canal de Youtube con miles de millones de usuarios que diariamente suben videos sobre cualquier asunto cotidiano, oficiales o no, dando cabida a la opinión; gracias a la cantidad generada de visitas a su canal se convierten en una celebridades e incluso en figuras de opinión pública, influyentes en sus seguidores cautivos.

La diferencia entre los contenidos audiovisuales y los transmitidos de forma tradicional por la televisión es que en internet están disponibles a toda hora, no hay que esperar horarios específicos para verlos. “Para los millennials no hay horarios”, una frase que menciona Rubén Vázquez en un artículo que publica en la revista Forbes, donde menciona algunas de las razones de por qué la televisión en su forma tradicional está dejando de tener la cantidad de audiencias y está registrando pérdidas.

Entre las razones que menciona, habla de que las audiencias esperan tener el contenido a su disponibilidad en cuanto a horario, por lo que se buscan contenidos on demand, razón por la cual, servicios como Netflix o Youtube tienen éxito. Otra razón es que la red presenta una gran cantidad de contenidos, existe amplia

diversidad, y si bien, la televisión presenta temas variados, en su mayoría son temas generales, mientras que en la red se pueden encontrar temas especializados, dirigidos a nichos pequeños y no están pensados en grandes audiencias.

Las nuevas audiencias, se encuentran en movimiento constante, por lo que tener contenidos aun no estando frente al televisor, representa un gran atractivo, además de que se pueden ver en distintas plataformas.

“El transmedia como objeto de intercambio conversacional es más importante que su contenido”<sup>30</sup>; esto es la calidad del contenido en las redes sociales puede parecer muy banal pero su valor real se encuentra en el intercambio de los usuarios. Los contenidos en internet funcionan gracias a muchas circunstancias que confluyen, entre ellas el signo identitario, donde el usuario puede sentirse identificado por la situación planteada en el contenido, despierta una inmediata capacidad para reconocerse emocionalmente y decide interactuar.

Carlos Scolari, plantea esta situación, la decisión de ver o no un contenido como un campo recientemente observado y poco estudiado. Es decir saber cómo es que sucede este proceso, en el que en medio de tantos estímulos una persona decide dar o no clic y ver el contenido. Este momento en el que llama la atención. Qué es lo que lleva al usuario a decidir. A esto nombra inicialidad primaria.

Cabe mencionar que es de suma vitalidad que los creadores de contenidos tomen en cuenta este proceso, porque la razón o las cualidades por las cuales tienen visitas, son vistos, leídos o escuchados, se encuentra ahí, en la comprensión del comportamiento y entonces al identificar cómo se llega al objetivo. Ser visto.

---

<sup>30</sup> Vilches, Lorenzo, “El fin del modelo único de televisión”, Convergencia y transmedialidad, la ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica, Gedisa, España, 2013, p. 38

Con la televisión por internet, o la televisión digital, nos olvidamos de las grandes audiencias para enfocarnos en los pequeños nichos, es decir sólo el que esté interesado, acudirá a saber más allá de la sinópsis. El riesgo que se corre es mayor, porque el usuario va adquiriendo facultades discriminativas de contenido de acuerdo a su criterio. Por lo que el contenido sí debe estar pensado en un público objetivo, en una persona con rostro y no en masas no identificadas.

Antes esta posibilidad de elegir el contenido que se veía estaba reducido a cambiar de canal o la televisión de paga por cable, y también a escoger alguno de los contenidos que estos tenían, por lo tanto los contenidos estaban dirigidos a tantas personas como pudieran verlos, y se descuidaron los temas menos generales por abordar. Ahora con la posibilidad de acceder a tantos contenidos diferentes, el usuario puede discriminar entre lo que si le interesa o no, no importando el formato o el soporte.

Transmedia es una nueva forma de intercambio que no tiene restricciones de lenguaje o de intereses, se vuelve un espacio público donde cada opinión tiene un lugar y que puede ser descartada o aprobada por un sinúmero de personas no sólo locales sino internacionales, se traduce a una conversación global. Gran parte de la fuerza que tiene internet surge de este punto. Misma que puede enriquecer a la televisión. Reforzar la programación a través de las redes sociales es generar audiencia, es generar interés, es crear una experiencia multipantalla.

Esta transición de la televisión tradicional hacia una televisión digital integrada con internet, no es un paso que de sola, sino que va acompañada, de la colaboración y participación de los usuarios. Pensar en transmedia nos permite pensar en que la sociedad en lugar de ser indiferente se ha dispuesto a participar y experimentar desde su propia trinchera, por lo que nos podría asegurar que quien sea que esté del otro lado de la red y que dé algún comentario es un usuario activo y podríamos esperar mucho más de él, y él tiene rostro.

Es emocionante leer y escuchar que la gente piensa que la televisión se ha vuelto aburrida, repetitiva y decadente en su contenido, y eso significa que más individuos estamos en busca de nuevas experiencias mediáticas. Los contenidos son limitados y tienen un horario. Internet nos da la posibilidad ilimitada de contenidos y nos hemos acostumbrado, a que estén a nuestro alcance y a poseer el control. Nos gusta tener el control.

Nos encontramos con una realidad de transmedia casi omnipresente, que ha dejado de lado la segmentación por la pluralidad, que se encuentra menos subordinada al control social y apuesta más por la decisión libre del usuario.

Los medios que conocíamos tradicionalmente han perdido la capacidad de satisfacer las expectativas de su audiencia habitual, que daban casi nulo espacio a la imaginación, se volvieron cuadrados; tratar de empatar con las nuevas generaciones era como tratar de cuadrar algo que no tiene forma porque la misma figura está en constante cambio. Las nuevas generaciones han crecido conviviendo con tecnología que nos permite personalizar y crecimos con la cultura de lo personalizable, nos fueron perdiendo y el secreto para recuperarnos, se encuentra en la convergencia digital. Nos acostumbramos a personalizar todo desde el color, el tema de escritorio en una computadora hasta todas las redes sociales, pasando por ejemplo por la creación de avatares, que nos da la posibilidad de tener uno yo virtual con el cuál, nos sentimos completamente identificados.

No debemos descartar que vivimos en una economía capitalista, y que cada nuevo acontecimiento que trastoca a la sociedad puede ser objeto de explotación en beneficio propio de las empresas o de personas en poder. Ciertamente es que la conversación y el transmedia ahora representan esta oportunidad, de explotación, pero podemos explotar su potencial no sólo para enriquecerse económicamente sino buscar ahí otro tipo de riqueza, puede ser algo más que una mercancía, de esta riqueza hablaremos un poco más adelante.

Uno de los problemas a mencionar que vienen de la mano con la televisión digital y que podemos observar en nuestro país, es que los canales que ya han migrado y que tienen distintos canales para la transmisión de su señal digital, en su gran mayoría sólo han logrado hacer repeticiones del mismo contenido que se transmite en su canal análogo. Es un problema que se presenta no sólo en México sino en todos los países que están en este proceso, podemos atribuirlo a la falta de infraestructura económica que permita desarrollar contenidos para cada canal, o también a la falta de infraestructura de producción, y también al desconocimiento del gusto del nuevo televidente. Lo cierto es que quizá la mayor parte es a falta de creatividad e imaginación.

El temor de muchos ante esta situación es que a pesar del cambio de plataforma, lo único que se logre es que veamos el mismo tipo de contenido multiplicado por el número de canales que se hayan otorgado a la televisora. O que sean poco innovadores e interactivos como a lo que nos acostumbraron durante mucho tiempo.



Esta desconfianza se acentúa cuando vemos cómo Televisa y Tv Azteca, se ven ampliamente beneficiadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), quien determinó que no se le cobraría contraprestación por multiprogramación a estas televisoras, pues ya contaban con la concesión antes de que la Ley estableciera este cobro, así lo afirmó el comisionado del Instituto, Fernando Borjón, en una entrevista con la periodista Carmen Aristegui. Mientras que las nuevas televisoras tiene que pagar por la contraprestación.

El descubrimiento fundamental es que la televisión se enfrenta ante otro tipo de espectador, que busca la interactividad, es dinámico, que se encarga de producir y consumir contenidos en la red. Las tecnologías trajeron como consecuencia un usuario que gusta de tomar el control en el horario. Internet nos ha dejado sentirnos parte de un colectivo y no como seres humanos aislados, compartimos intereses y opiniones con un grupo de personas.

Al existir más fuentes de información la televisión se ha convertido en una pantalla que sirve para el entretenimiento, más para ver series y películas, para jugar videojuegos o ver videos que como un centro de información como antes lo era.

Para evitar que sólo sea un instrumento prácticamente de proyección, los contenidos televisivos tienen que migrar hacia donde los usuarios han migrado. De ahí la importancia de entender las dinámicas de comportamiento y consumo en la red, pues es ahí en donde actualmente se encuentran los usuarios prospecto.

La programación tiene que ser integral. En un mundo como el nuestro donde las pantallas de distintos tamaños están tan al alcance de nosotros en cualquier momento, la televisión corre el riesgo de perder la atención por la falta de interactividad entre la programación y el usuario, aunque el uso de multipantallas también puede ser un gran aliado.

Mientras se ve televisión, por lo regular se tienen más pantallas a la mano, ya sea un ordenador, una Tablet o un Smartphone que pueden servir de herramientas de

apoyo a la programación o pueden generar un distractor. Si el contenido le interesa al usuario y busca en cualquiera de las otras pantallas información al respecto habrán cautivado al usuario, si por lo contrario no le interesa, pierden su atención y utiliza la pantalla para buscar otro contenido diferente, lo habrán perdido.

Carlos Scolari, en un artículo llamado La segunda pantalla, que publica en su blog, hipermediaciones.com, menciona un ejemplo del uso de las segundas pantallas:

- ¡A esa actriz la conozco!
- ¿Cuál?
- Esa, la que está con los dos niños en tercera clase...
- ¿Quién la conoce?
- La he visto en otra película. Ahora mismo la busco...

Una rápida navegación por el Internet Movie Data Base confirma que la pobre irlandesa es Janette Goldstein, la actriz que interpreta a la madre de John Connor en Terminator 2 y la inolvidable marine Vazquez en Aliens. Es una de las actrices preferidas de James Cameron por su versatilidad.

Con este ejemplo, el teórico Carlos Scolari, nos da la bienvenida al uso de las segundas pantallas.

Según un estudio que llevó a cabo Facebook a través de Millward Brown Digital, en febrero del 2014, el 78% de los usuarios de internet en Estados Unidos, acceden a una segunda pantalla durante los programas, mientras que el 71% lo hace durante los anuncios. Lo que podemos ver en estos resultados es que más usuarios consultan información en la red durante la programación que en el bloque de publicidad.

En el caso de México, un estudio realizado en el 2015 por IAB México, revela que el 49% de los internautas navegan mientras ven televisión y, consultan redes

sociales para leer comentarios sobre el programa, hablan de lo que están viendo en redes sociales, buscan información sobre los artistas o actores, la trama, deportistas o equipos, y comparten su opinión sobre el programa en vivo.

Carlos Scolari, en su artículo *La segunda pantalla*, menciona que las segundas pantallas pueden “potenciar eventos en vivo, aumentar la participación de los espectadores o convertir al tradicional spot publicitario en un videojuego”.

Partiendo de este punto, se puede pensar en una estrategia integral de programación, utilizando la omnipresencia del transmedia y las redes sociales, así como el uso de multipantallas. Pongamos un ejemplo, un programa sobre gatos, durante todo el día en las redes sociales en las que está presente el canal, no sólo anuncia el programa sino que se brindará más información sobre gatos, datos curiosos, como consecuencia puede generarse un debate en algún foro, durante el programa se da pie a la discusión en tiempo real, y además posterior al horario del programa los conductores dan seguimiento a las opiniones del usuario; esta serie de acciones previas y posteriores, probablemente tengan un alcance más profundo que si sólo se transmitiera el programa.

Una pregunta fundamental que ayuda a plantear un plan de programación integral, circular, es ¿qué hacen los usuarios con el contenido que ven?

La opción parece ser buena, pero qué tan preparado está México para esto, no sólo en la cuestión ideológica, sino en la cuestión tecnológica. Mientras que en otros países la televisión analógica hace años ya es parte del pasado, en nuestro país, estamos dando nuestros primeros pasos en la digitalización y aún hay familias que no tienen la posibilidad de tener varias opciones de televisión.

## Es ojo porque te mira, retrato de un nuevo televidente

“El ojo que tú ves  
no es ojo porque tú lo veas,  
es ojo porque él te ve”  
Antonio Machado

Hablábamos anteriormente de cómo el ver televisión se volvía un ritual familiar para la convivencia, era casi saber que en ciertas horas era un compromiso de responsabilidad familiar estar presente en la sala, una actividad común.

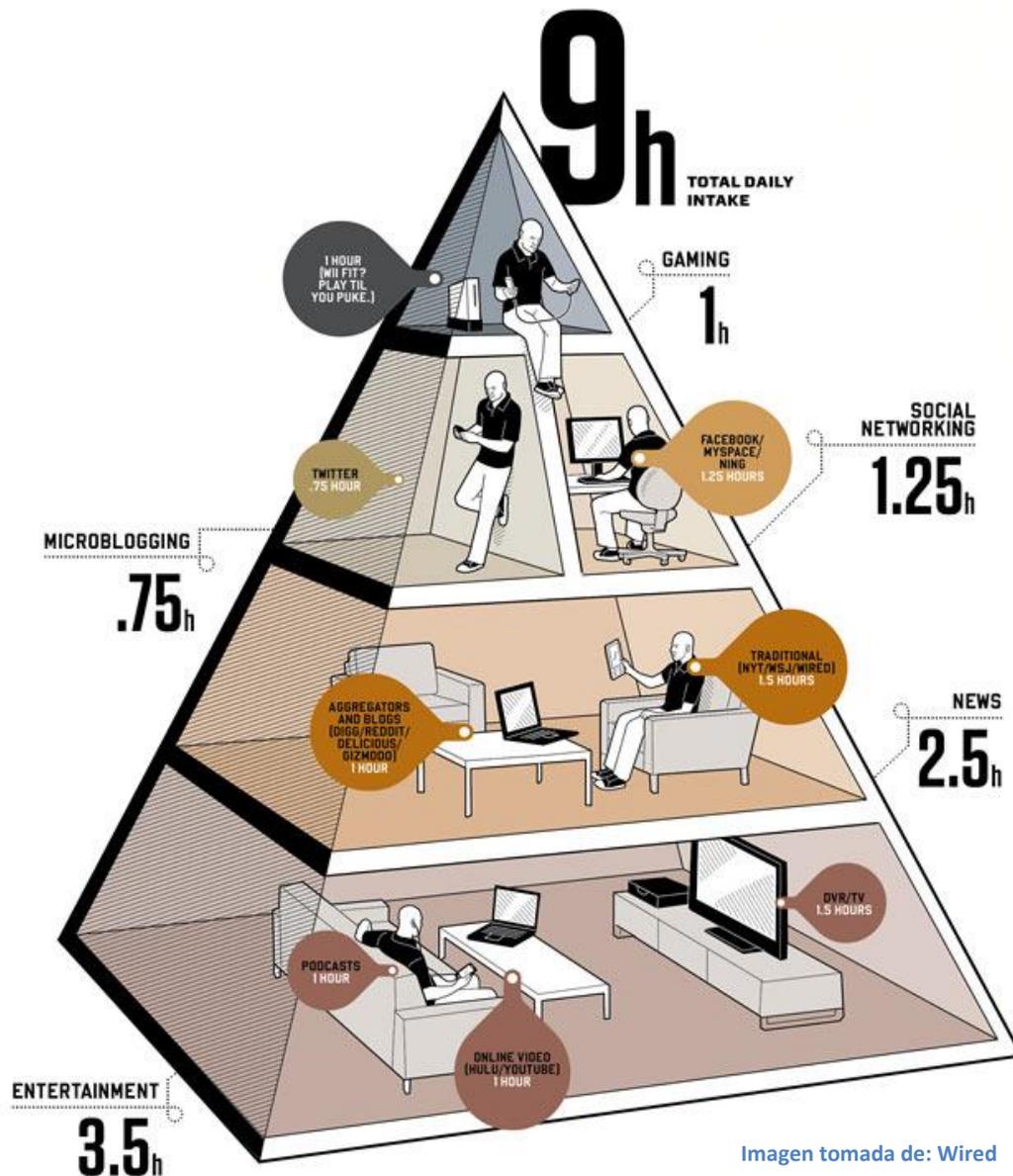
Con el avance de tecnología y el uso de dispositivos personales, la posibilidad de ver contenido en cada uno se elevó y, con este cambio, también el televidente se transformó, es decir que ver televisión o contenidos audiovisuales se ha vuelto una actividad más individual.

En una mesa de discusión durante el Segundo Encuentro Internacional de Televisión Pública que organizó el Canal 22, se abordó el asunto de cómo es el nuevo televidente, la Directora General de Dextro LLC, Nadja Giuffrida, dio las siguientes cifras que describen al nuevo televidente.



Carlos Scolari en su blog llamado Hipermediaciones, escribe un artículo donde describe a las nuevas audiencias como personas que ahora dedican el tiempo que antes dedicaban a la televisión a otras actividades.

El tiempo que pasamos en esos entornos es tiempo robado a otros consumos, por ejemplo tiempo robado a la televisión-broadcasting. Dicho en otras palabras: nuestra dieta mediática tiende a fragmentarse en muchas experiencias de comunicación<sup>31</sup>.



<sup>31</sup> Scolari, Carlos, La TV después del broadcasting: Hipertelevisión, redes y nuevas audiencias, disponible en: <http://bit.ly/2bMB8dv>, consultado el 3 de abril de 2016

En la revista Wired se publicó una pirámide que indica cómo es la dieta de tecnología que tienen los jóvenes a diario. Una muestra ilustrada del tiempo dedicado a cada dispositivo.

Todas estas descripciones nos hablan de un nuevo televidente con características de los millenials, que usa aplicaciones y segundas pantallas mientras ven televisión, que buscan contenidos innovadores, que tiene una dieta mediática diferente a la que otras generaciones tienen. Podemos observar por ejemplo que cerca de 60 millones de personas participaron en las conversaciones que se generaron durante el Super Bowl No. 50 en *Facebook*, y se hicieron 200 millones de *posts* en la misma red social, según la revista en línea Variety.

Mientras las personas veían el partido también estaban “faceboqueando”, lo que no ocurría hace años y que ahora es posible gracias a las aplicaciones móviles y a la aparición de redes sociales en tiempo real.

La información al respecto del nuevo perfil de televidente es escasa, pues es un fenómeno relativamente nuevo, y básicamente se limita a una descripción de su comportamiento con la tecnología, pero no existen datos más allá de sus hábitos de consumo, que sí son importantes pero habría que estudiarlo más.

## **Canal 22: televisión pública en la era digital, del presente y futuros proyectos**

Como mencionaba ya anteriormente, este salto que se ha dado hacia la digitalización y las nuevas tecnologías, han aterrorizado a muchos, por el miedo a perder la esencia del contenido. Pero puede representar una oportunidad, la oportunidad de que las televisoras públicas hagan un trabajo colaborativo, en donde más que hacer planes de rescate sea la cooperación entendida como un acto creativo y surjan nuevos contenidos.

Durante el Segundo encuentro de Televisión Pública, llevado a cabo en Puebla, Alberto García Ferret, Secretario General de la Asociación de Televisiones Educativas y Culturales de Iberoamérica, mencionaba que este momento es una buena ocasión para desarrollar nuestras capacidades creativas y encontrar no soluciones sino nuevas formas de comunicar. Las tecnologías ya están, ahora qué vamos a hacer con ellas, pretendemos dar el salto, o quedarnos donde estamos y alejarnos cada vez más.

El 31 de diciembre de 2015 México fue el primer país en Latinoamérica en concretar el apagón analógico. El 28 de diciembre de 2015, se permitió que 497 estaciones y equipos complementarios de baja potencia continuarán transmitiendo en señal analógica, incluso después del 31 de diciembre para que así la población continúe recibiendo el servicio mientras que se inician las transmisiones digitales de estas estaciones<sup>32</sup>. Pero no se trata solamente de la calidad técnica lo que se puede lograr, ni siquiera trata del todo de la calidad del contenido, porque eso ya se ha estado logrando y es un proceso continuo a seguir, uno de los temas en la mesa es involucrar a las audiencias.

Parte de las preocupaciones que atañen a la televisión pública son las audiencias y sus necesidades, pero cómo saber sus necesidades si no hay una interacción. Queda en la televisora ocupar como herramienta a las nuevas tecnologías para volver a sus usuarios interlocutores, es decir, que exista interacción a través de la cual se expongan sus necesidades y se permita una retroalimentación, pueda opinar si la programación es la adecuada, sugerir temas a tocar, incluso abrir espacios para el periodismo ciudadano.

Canal 22 es la televisora pública más importante en nuestro país, que desde sus inicios así fue y con el tiempo ha ido definiendo entre sus objetivos estar a la

---

<sup>32</sup> Juárez, Claudia, Con el apagón analógico, México da paso a la era digital, El Economista, recuperado de: <http://bit.ly/2bvfv1V>, consultado el: 20 de mayo de 2016

vanguardia tecnológica. Desde hace tiempo ha ido construyendo metas a corto, mediano y lejano futuro.

Esta televisora depende de los recursos del erario federal, recibe aproximadamente una tercera parte de los recursos que recibe por ejemplo el Canal 11, o una quinta parte de lo que se destina a la DGTV. Con estos ingresos, ha construido un plan que va por fase, las primeras ya están cumplidas que es ser completamente digital y por otra parte transmitir toda su programación en vivo también por internet y tener una señal internacional con la que llega a otros países.

En entrevista, Luciano Saavedra Lecona, subdirector general técnico de Canal 22, nos platica que cuando él llegó al canal las instalaciones eran completamente análogas, además de que contaban con muy poco espacio, y que la infraestructura al estar mal planteada todo se veía más estrecho, a tal grado de que no cabían dos personas en un mismo pasillo, o pasaba uno u otro, además las áreas de producción se encontraban en Xola, mientras que las técnicas estaban en Tlalpan, por lo que lo primero que se tuvo que hacer fue organizar todo.

Los primeros pasos de Canal 22 fue integrar todas las áreas de trabajo en un solo lugar, hacer una nueva arquitectura del lugar y también la forma de organización física y laboral. El Canal sufrió una reestructura total a partir del 2001, las cosas se tuvieron que cambiar, aprovecharon este momento de reorganización para modernizarse y desechar cosas que ocupaban espacio.



Imágenes tomadas de: Google

Canal 22 fue la primera televisión pública en México en digitalizarse por completo, una de las primeras fases del plan a 30 años que tiene el canal, llamado La digitalización de Canal 22.

—En 2001 yo ya hablaba de que teníamos que adoptar un formato digital en alta definición cuando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes todavía no sabía ni qué formato iba a adoptar.—refiere el entrevistado.

El proceso de digitalización y modernización para el Canal ha significado un plan a largo plazo, pues los recursos con los que se cuentan son pocos, han decidido

hacer inversiones inteligentes que además se puedan aprovechar por un buen tiempo y no sea algo que se tenga que desechar prontamente. Han estudiado casos en otros países y analizado sus resultados, pero han decidido correr el riesgo de hacerlo para no quedarse atrás.

En el 2006, Canal 22, lanzó al aire una señal que es nativa digital, llamada “Señal internacional”, pues si se quería llegar por ejemplo a Estados Unidos, una de sus normas es que fuera digital desde su creación, y no una señal que se convierta en digital pues en la conversión la imagen y en general el contenido pierde calidad, hablando de lo técnico.

Posteriormente ya entrados en el año 2009 se empezó a transmitir en Alta definición para por fin en el 2010 digitalizarse por completo. A pesar de que el canal ha tratado de estar al pendiente de las tendencias mundiales en el tema de tecnología y digitalización, tiene que sujetarse a lo que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes dictamine. Luciano Saavedra por ejemplo, comentó que uno de los formatos más estables era el que se estaba utilizando en Europa, el DVBT y que llevan por lo menos seis años de experimentación, pero en Mexico la SCT decidió optar por otro formato el ASTC, esta decisión fue basada en una cuestión económica.

Esta decisión debió ser más pensada y cautelosa, en México siempre se piensa en cuánto van a costar las cosas en el momento, es un problema cultural, nos vamos por lo más barato y muchas veces nos cuesta más que elegir otra cosa en su momento más cara pero de mejor calidad. Se debió invitar a participar a expertos en la materia, a universidades y estudiosos de las telecomunicaciones, como lo hicieron los brasileños.

El caso de Brasil es muy interesante, para decidir qué formato adoptarían invitaron a participar a universidades e involucraron a más personas estudiosas de las telecomunicaciones y optaron por el formato japonés. Hoy por hoy Brasil está a la

vanguardia en temas de digitalización. Durante el mundial de futbol llevado a cabo en ese país, una de las cosas más impresionantes fue no sólo la calidad de transmisión por internet, que fue una resolución de 4K<sup>33</sup>, sino la cantidad de ordenadores y dispositivos a los que llegó la transmisión.

Estados Unidos tuvo que hacer un cambio de formato porque igual que nosotros había adoptado el ATSC, sin embargo al darse cuenta del error, se calcula que en aproximadamente seis años haga el cambio, pero estamos hablando de un país que tiene la capacidad económica y de infraestructura, sin embargo este nuevo movimiento de nuestros vecinos del norte no nos conviene pues el formato elegido en México se queda solo, pero sería hasta dentro 18 años cuando se decida volver a cambiar. Según comentó Luciano Saavedra, hablamos de esta cantidad de años, pues el apagón analógico en México no es una realidad, sumado a esto, pese a que el formato que se eligió está en decadencia, no se le puede pedir a la población que acaba de adquirir una televisión con este formato que se deshaga de ésta.

Es un problema mayor no sólo para las televisoras que ha implicado la adecuación tecnológica idónea para el formato que dicta la SCT, sino también para los mexicanos que han adquirido televisiones que pronto no van a poder utilizar, o codificadores que en unos años ya no servirán.

Por el momento Canal 22 sólo está haciendo streaming<sup>34</sup> de una parte importante de la señal que envía a nivel internacional, no es completa porque falta que adquieran algunos derechos para poder transmitir el contenido, ya que algunos no son de producción propia. Pero los planes a futuro son grandes y ambiciosos.

---

<sup>33</sup> La resolución Ultra HD 4K que se puede encontrar en los televisores más actuales supone una mejora en la resolución y calidad de la imagen que es 4 veces más que la que alcanzan los actuales televisores con definición HD, alcanzado los 3840x2160 píxeles.

<sup>34</sup> El streaming (también denominado transmisión, lectura en continuo, difusión en flujo, lectura en tránsito, difusión en continuo, descarga continua o mediaflujo) es la distribución digital de multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el usuario consume el producto (generalmente archivo de vídeo o audio) en paralelo mientras se descarga. La palabra streaming se refiere a una corriente continuada, que fluye sin interrupción. Definición disponible en: <http://bit.ly/2b8ka5d>, consultado el: 28 de marzo de 2016

Crearán algo llamado Canal 22 web, que es un canal totalmente web, pensado para web, y aunque suena repetitivo es importante dejar claro este punto.

Cuando pensamos en televisión por internet hay que entender varios factores que muchas veces se pasan desapercibidos. Uno de ellos es que el tiempo que un usuario dedica a ver contenidos audiovisuales durante el día es corto. Si está en la oficina se toma unos minutos para ver videos o algo que le interesa y vuelve al trabajo, o lo mismo sucede en la escuela. Y para que la televisión pública se integre a esa cotidianidad de los usuarios no puede subir contenidos con una duración de una hora, no que no los tenga, sino que además existan programas cortos que sean el gancho para ver un programa más largo o para ver más programas cortos.

Y con esta mentalidad es con la que piensa introducirse Canal 22 en el mundo de la red. Cabe mencionar que desde hace ya algunos años, Canal 22 cuenta con una página web, en la cual inició anunciando su programación, más adelante implementó la transmisión en streaming de su señal internacional, actualmente tiene cuatro señales. Además incluyó el micrositio del defensor del televidente. Actualmente cuenta con una sección El portal de proyectos, un sitio donde publica una convocatoria que queda abierta para que cualquier persona entre a concursar y tenga la posibilidad de transmitir un programa dentro de la barra de programación de Canal 22.

Luciano Saavedra dice que las televisoras deben visualizar y tener en cuenta que los televidentes ya no son los mismos que hace unos años, “no son las personas pasivas que antes sólo veían la televisión, se han convertido en usuarios completamente activos y dinámicos”, por lo tanto las televisoras deben hacer contenidos más atractivos, y es algo con lo que Canal 22 se ha comprometido.

Coincido con él y me parece aplaudible que no sólo vean así a sus usuarios, sino que además busquen en este plan a 30 años la forma de satisfacer las

necesidades de su público, de una audiencia que se encuentra en constante movimiento, y que no sólo busquen tener un contenido de calidad, sino que además lo hagan llegar de forma más atractiva.

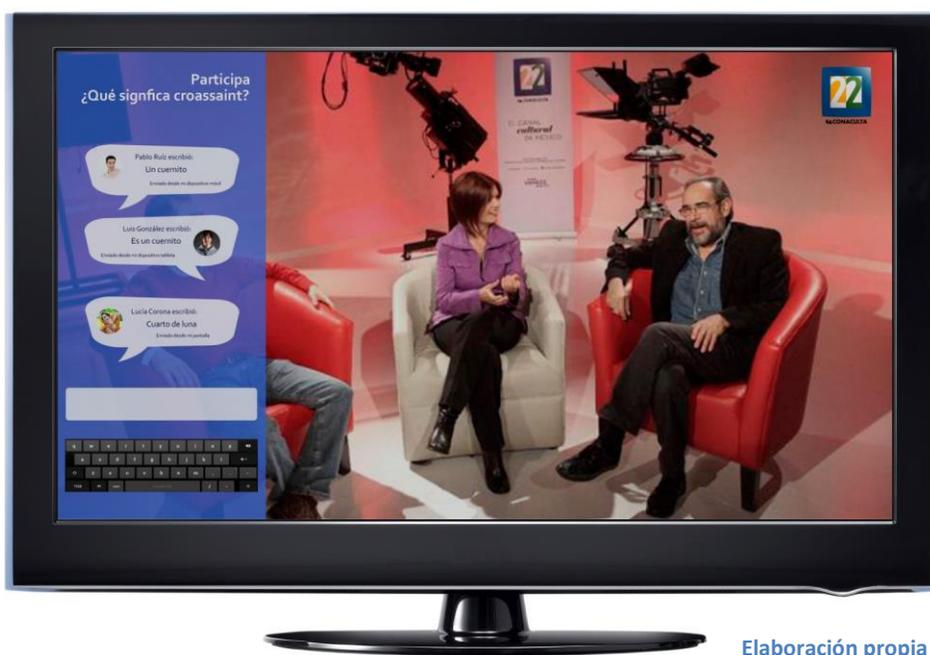
Actualmente ya existe televisión en los dispositivos móviles, por ejemplo en la tablet, sólo se requiere bajar una aplicación llamada ASTC MH y comprar una pequeña antena, para recibir contenido televisivo en alta definición sin problemas de red o movilidad, puede moverse a una velocidad de hasta 300 kilómetros por hora y seguir recibiendo la señal con la imagen sin alguna alteración, incluso ir en el vagón del metro y ver sin ningún problema la televisión. Sólo los canales digitales como el 2.1, 5.1, 7.1, 11.1, 13.1 y 40.1 llegan a este sistema de televisión, Canal 22 al tener su señal digitalizada, también ya puede ser sintonizado a través de este sistema en el canal 22.1.

Esta ya es una solución a la necesidad de movilidad del usuario, así esté donde esté, en la forma en la que se mueva, es decir la denominada Triple A, ya antes mencionada. Hace algunos años esto era imposible, si pensamos que la antena de la televisión necesitaba estar de una forma determinada sino perdía la señal, pasamos a la posibilidad de movernos sin perder la señal de alta calidad en nuestro dispositivo móvil.

Una de las preocupaciones de Canal 22, es justamente acompañar y estar presente donde el usuario lo necesita y en la plataforma que utiliza. Ya no más aparatos y programaciones inamovibles, ya no más un usuario que tiene que estar sentado frente al televisor para ver el contenido, el contenido ya va a ti. Y ese es el primer paso que ha dado para saltar del televisor a otros dispositivos. La segunda fase se encuentra en crear contenidos exclusivos para internet bajo demanda, así el usuario decidirá cuándo, en dónde y a qué hora verlos. Cuando esté visualizando el contenido, podrá tener también el llamado play out sugerido, que son recomendaciones de contenidos que tienen que ver con el tema que está viendo, o que son novedades, entre otras cosas.

Canal 22, pretende en un futuro no tan lejano implementar dentro de sus gadgets, el uso de una segunda pantalla que permita la interacción directa del usuario con el conductor del programa u obtener más información sobre lo que se está transmitiendo en el programa. El uso de la segunda pantalla, va dirigido a las personas que suelen sentarse frente al televisor, y busca volverlos usuarios altamente activos.

“[...] el público debe dejar de ser visto y tratado de forma pasiva para ser considerado, en cambio, como un ciudadano de pleno derecho en el espacio radioeléctrico, lo cual significa reconocer sus derechos y otorgarle instrumentos para ejercerlos”<sup>35</sup>.



El sistema funciona así: mientras está por ejemplo al aire *La Dichosa Palabra*, y los conductores hablan del significado de croissant (los cuernitos), de momento se reduce la pantalla y del lado derecho aparece otra mensaje con los nombres de los conductores y su grado académico, luego da paso a la pregunta trivía ¿sabe

<sup>35</sup> Canal 22, *Ciudadanía digital*, disponible en: [http://corporativo.canal22.org.mx/documento/ciudadania\\_digital.pdf](http://corporativo.canal22.org.mx/documento/ciudadania_digital.pdf), consultado el: 1 de diciembre de 2015

qué significa croassaint? Escríbalo y envíelo. A través del control o directo en la pantalla, el usuario introduce su nombre y escribe: un cuernito. La respuesta llega inmediatamente a manos de los conductores y aparece en la pantalla: Pablo ha contestado que significa cuernito. Otro usuario ha escrito que significa cuarto de luna, entonces felicitan a ese usuario porque ha ganado su premio.

Como resultado de esta dinámica el usuario que antes se habría sentido a especular y sólo pensar la respuesta o decirla en voz alta al televisor como si éste lo escuchara, podrá dar su opinión a todo quien esté viendo el programa y a los conductores.

También busca dotar a sus reporteros de calle de aparatos que permitan emitir la imagen de alta definición sin que se tengan problemas de recepción. Por lo que se está en la búsqueda de mejorar día a día la calidad de la imagen con la más alta tecnología.

Además, uno de los planes más ambiciosos del canal, es no sólo hacer la distribución vía web de sus propios contenidos, sino que los mismos internautas tengan la posibilidad de enviar sus contenidos, que el canal los analice y seleccione, y sean transmitidos a través de su página web.

Para esto ha creado un portal llamado Portal de Proyectos, en donde se encuentran las bases para que puedas mandar tu programa. Los proyectos pueden ser subidos al portal durante cualquier día del año, pero en el portal se indican las fechas en las que no serán revisados, El portal es: <http://portalproyectos.canal22.org.mx/>, en él se puede consultar las bases y todos los detalles de este mecanismo.

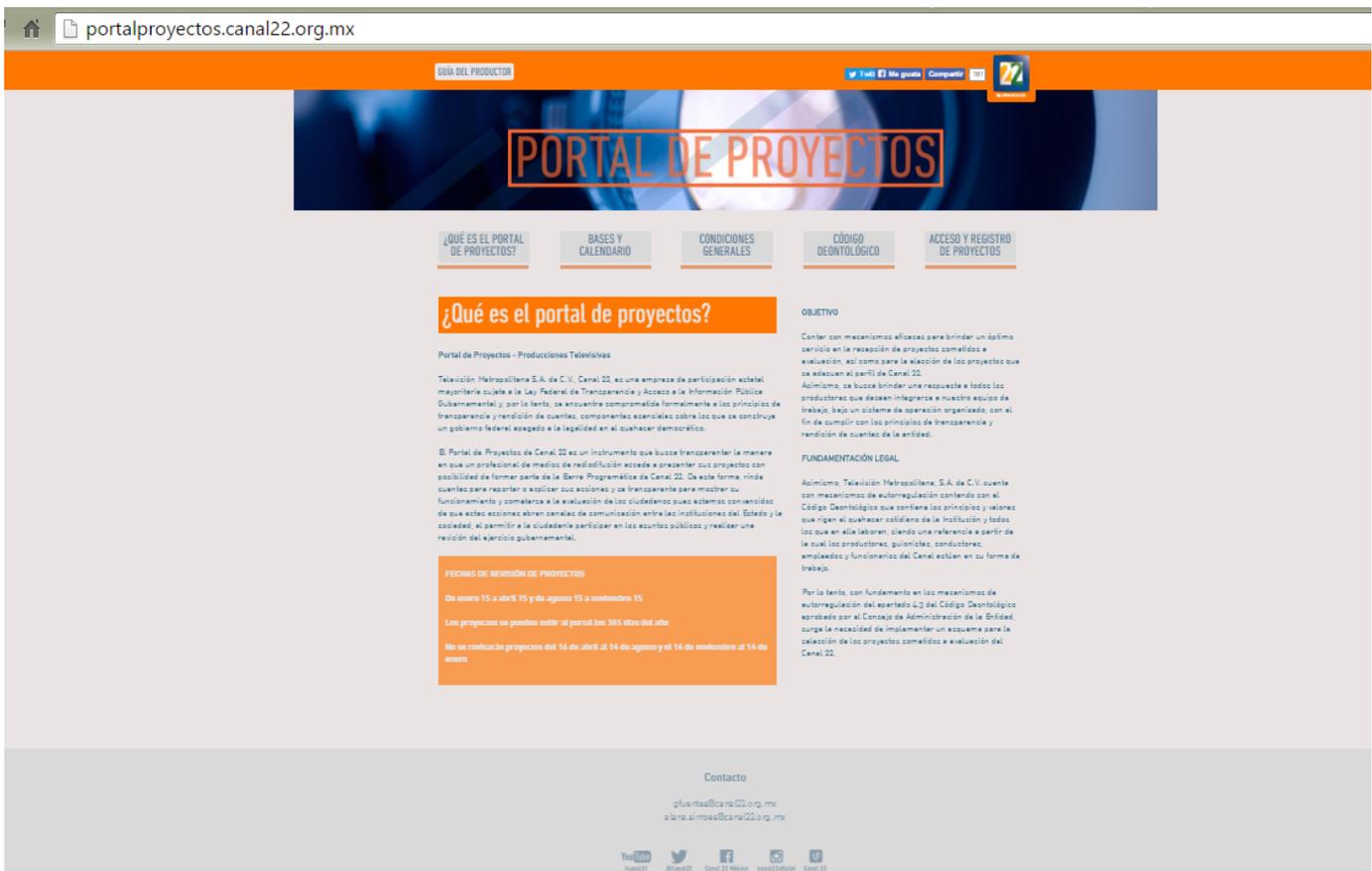


Imagen tomada de: Canal 22

Frente a todos los cambios que pueden tener la estructura e infraestructura de la televisión pública lo que nunca puede cambiar ni ser trastocado es precisamente su deber ser. La televisión pública se debe a su público, es una televisión ciudadana, que vive para satisfacer a las necesidades de los ciudadanos y que además busca enriquecerlos, entretenerlos e informarlos.

La República de los Medios, integrada por usuarios, medios y el Estado, y en donde el usuario tiene derechos que pueden ejercer frente a los medios y el Estado, es un concepto creado por Canal 22, con el que busca englobar lo que sucede en las interacciones mediáticas y busca explicar el lugar del usuario. Según el manual de producción del canal, existen diversos sectores de la sociedad que deben ser representados en los medios de servicio público, ya que algunos sectores son descuidados por los medios privados

La misión de Canal 22, es que mediante la tecnología que está a su alcance pueda llevar a todos los sectores de la sociedad las manifestaciones artísticas y culturales del país y del mundo.

Canal 22 busca cumplir su misión estando a la vanguardia tecnológica. Una de las preocupaciones de la televisión como medio en general, es la competencia que tienen con las aplicaciones o servicios como Netflix, que por una cuota mensual se tienen series y películas sin comerciales, eligiendo la hora, el contenido y el lugar en el que se ven.

El Canal también tiene contemplado esta situación, y es por eso que han estado en negociaciones con Google, que será quien les dará el servicio para ser un servicio también de esta forma, la diferencia entre Netflix y lo que será Canal 22, es que será gratuito.

La televisión pública no se puede quedar inmobilizada ante los cambios tecnológicos y de vida que se están teniendo en nuestro presente. Es por eso que este canal ha decidido moverse junto con sus usuarios y prepararlos, para que el cambio lo hagan juntos, y que todos salgan beneficiados, pero sobretodo el que es objeto de beneficio y al que se busca brindar el mejor servicio es al mexicano.

En entrevista con el subdirector, Luciano Saavedra, da su opinión sobre a la brecha digital en México y cómo se veía afectada la televisión pública, en específico el Canal 22, al buscar la total digitalización: “Si nosotros transmitiéramos y nadie nos viera sería un desastre, pero si al menos una persona nos ve, estamos seguros de que estamos llegando a nuestro objetivo, entra más personas nos vean nuestra labor se está cumpliendo”.

Lo más importante es llegar a través de todos los medios que estén al alcance del ciudadano. No pueden luchar contra la brecha digital, pero sí pueden aprovechar todos los recursos que se tienen actualmente. La misión es llegar.

## Retos de Canal 22, como televisión pública en la era digital

*“... la era de la digitalización  
No debe ser entendida como  
La era de la tecnología,  
Sino la era de la creatividad...”  
Alberto García Ferrer*

Con la aparición de las tecnologías, a los retos comunes de la televisión pública se suman retos como cambiar su señal hacia la alta definición, adaptar contenidos para todo tipo de plataformas, innovar en la forma de llevar los contenidos a los usuarios e involucrarlos. Llevar la señal de televisión pública hacia la transmedia.

Reconocer que la audiencia se ha ido transformando conforme el avance de la tecnología, es de suma importancia para la televisión pública. Canal 22, considera que la ciudadanía que se sirve de la digitalización, son los protagonistas en su papel como consumidores, como difusores y como censores de los contenidos y servicios que el mismo canal ofrece.

Sin embargo no hay que olvidar que no todas las audiencias se sirven de la digitalización, sino que han tenido que migrar y en otros casos existe una resistencia a la migración, pese a esta resistencia la evolución de la televisión parece inevitable. Canal 22 ha publicado una *Guía para la Ciudadanía digital*, con la que busca orientar a los televidentes de los cambios tecnológicos del presente y los que están por llegar, así como las consecuencias.

En esta Guía, se narra paso a paso los cambios que se han dado, como el aumento de canales digitales, las diferentes plataformas en las que se podrá ver la televisión, formas de comunicación entre los usuarios y la televisora, además le ofrece sitios donde puede informarse no sólo de los cambios tecnológicos sino de las reformas a las telecomunicaciones en el país.

## Comentarios, quejas y dudas. El Defensor del televidente

Canal 22 además ofrece un espacio dedicado a defender los derechos de las audiencias, llamado: “Defensor del televidente”, en donde atiende a los comentarios, recomendaciones y quejas de los televidentes, un espacio para su voz, empero no es la única vía que debe estar habilitada para acercarse a la audiencia. Las redes sociales han tomado un papel relevante en la relación televisión-televidente, es la forma más inmediata y cercana que la audiencia tiene para comentar sus preferencias y necesidades.

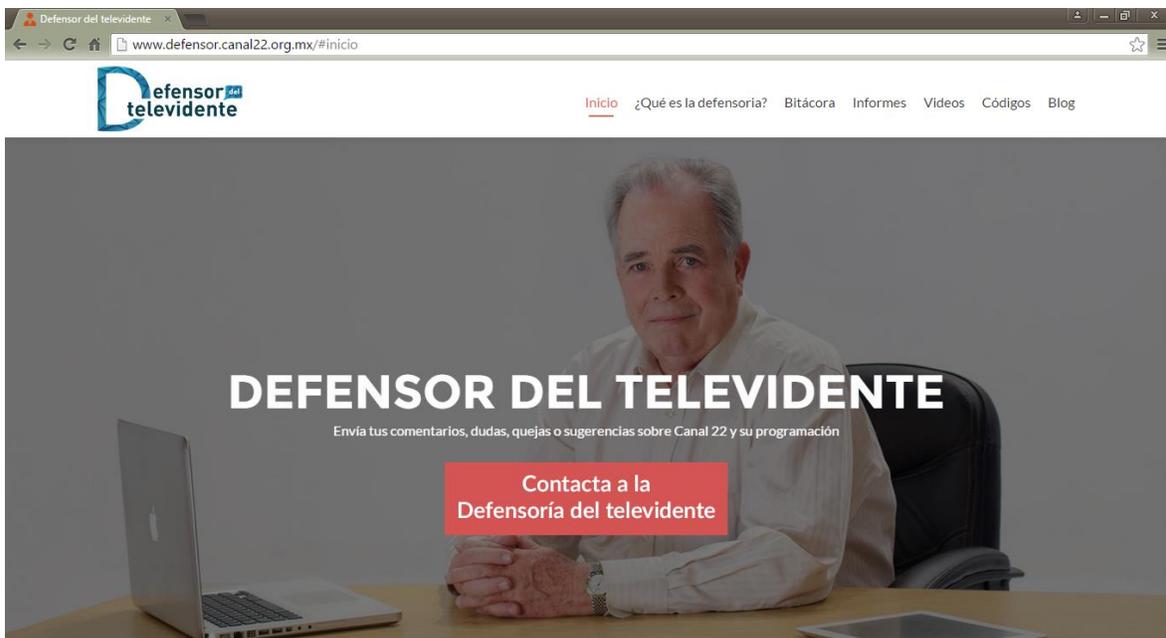


Imagen tomada de: [El Defensor del televidente](#)

Uno de los principales medios por el cual se comunican los usuarios de Canal 22 es a través de la Defensor del Televidente. Hasta marzo del 2016 se encontraba al frente el Dr. Francisco Prieto Echaso, quien tiene estudios especializados en Antropología Social, Comunicación y Periodismo. A él se sumaban otras personas, entre quienes se encontraban: Rodrigo Christian Ríos Llavot y Alejandro Pérez Torres quienes también cuentan con estudios en Comunicación.

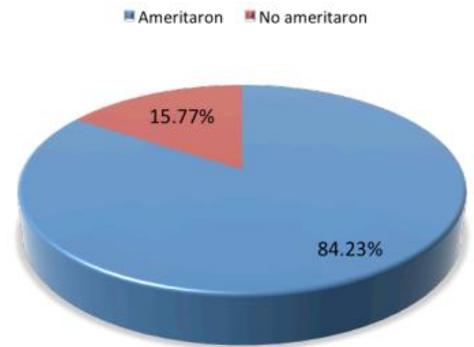
Cada año el Defensor al Televidente, que es un individuo ajeno al canal, como actividad obligatoria, presenta un informe sobre la interacción de este espacio de

atención a las audiencias de Canal 22. En el 2014 recibieron un total de 222 mensajes, los cuales fueron contestados al 100% y ha dado seguimiento, excluyendo a las felicitaciones, a las que se les envía un mensaje automático del sistema pues no se consideran como mensajes que lo ameriten.

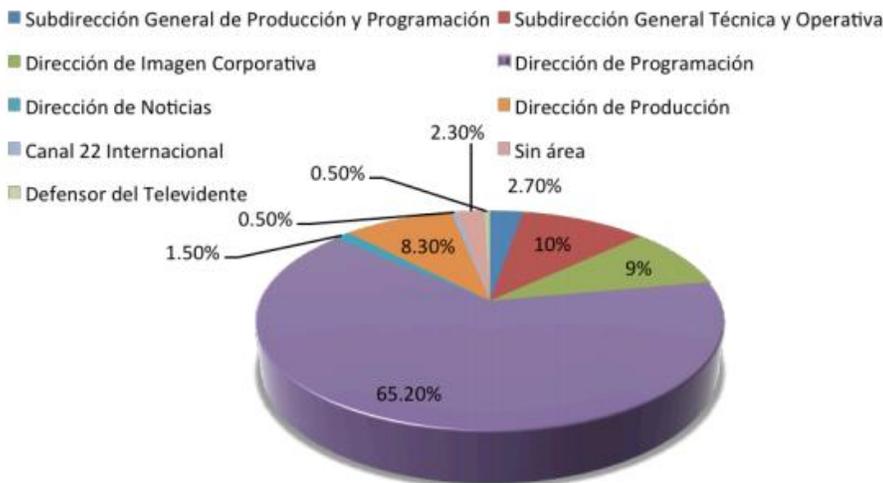
Las inquietudes más recurrentes fueron con respecto a los cambios repentinos de la programación, en cuanto horario y modificaciones. Por otro lado, recibieron solicitudes de la copias en DVD de las producciones y series que transmiten. Quejas sobre el tamaño de letra en los subtítulos de la serie Isabel.

A continuación se presentan algunas gráficas sobre la actividad de las audiencias en la defensoría del televidente que le mismo defensor ha realizado

Buzón de entrega	Mensajes
Texto	189
Voz	33



### Mensajes

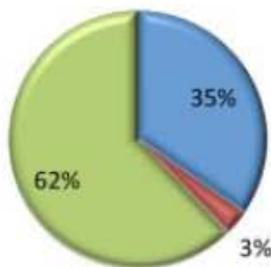


Además de contar con los datos de la Defensoría del Televidente, el defensor ha abierto un blog “Blog del defensor”. Donde hace al menos dos publicaciones por semana y los televidentes pueden usar el espacio también para comentar, y dar su opinión.



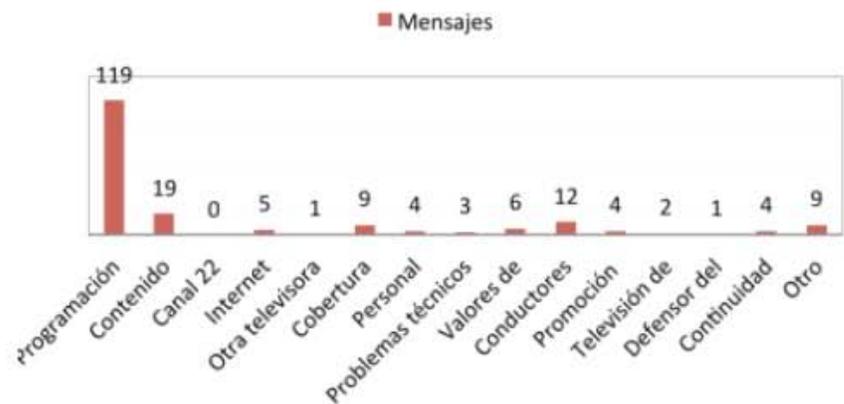
### Sexo

■ Femenino ■ Anónimos ■ Masculino

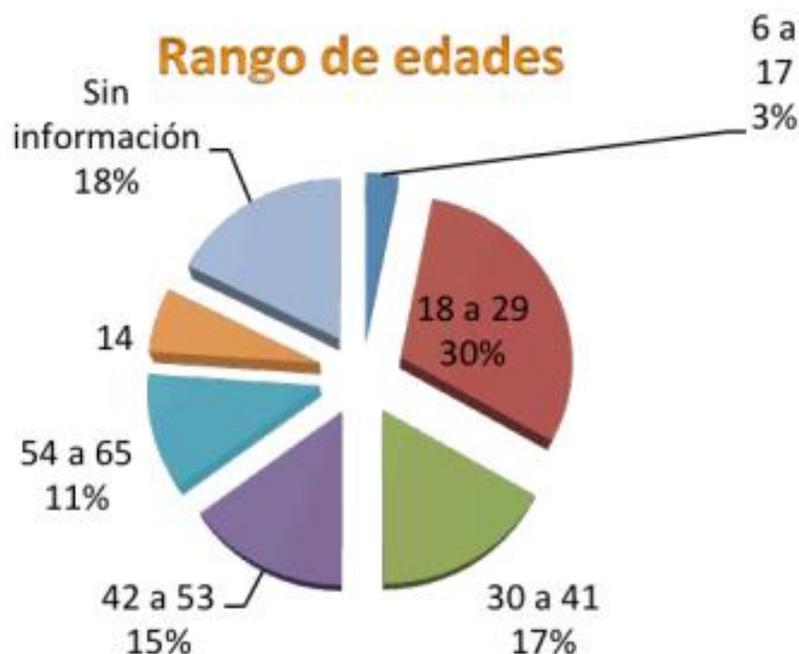
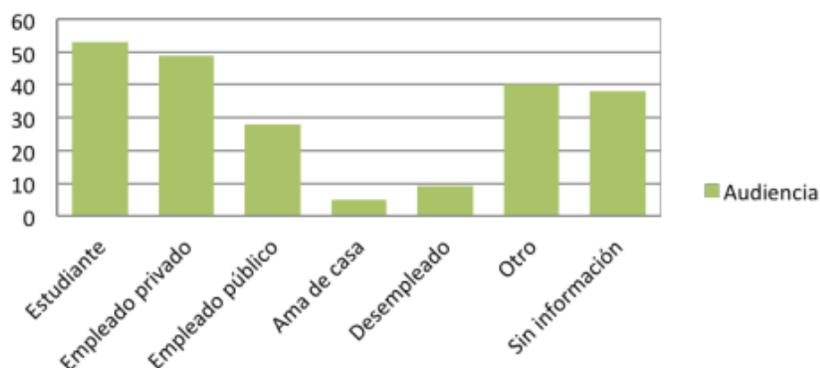


11

### Núcleo del problema de los mensajes



## Ocupación



“Muchas conversaciones sobre la televisión se llevan a cabo en Twitter. Algunos incluso imaginan un futuro donde los retuits y los trending topics sean tanto o más importantes que el viejo y querido *ranking* televisivo de la era del *broadcasting*.<sup>36</sup>”

Hablar de raiting como una parte de la televisión que indica qué canal está siendo visualizado es pensar en un concepto del pasado, que además tiene resultados muy generales, hoy podemos decir que si se tiene respuesta en línea, en las redes sociales, hablamos de una audiencia real. A través de éstas se pueden medir

<sup>36</sup> Scolari, Carlos, *La tv después del broadcasting: hipertelevisión, redes y nuevas audiencias*, disponible el: <http://bit.ly/2bMB8dv>, consultado el: 2 de diciembre de 2015)

preferencias por algún contenido, fomentar el diálogo, y recibir sugerencias en tiempo real.

Según un estudio realizado por SocialDecode, más de dos millones de usuarios mexicanos usan las redes sociales para opinar acerca del contenido de los programas televisivos que ven. Quitar

Canal 22 está presente en Twitter con 617 mil seguidores, en Facebook con 560 mil 991 likes, en Youtube con 37 mil 664 suscriptores, en Instagram con 3 366 seguidores y en Vine 17 mil 400 seguidores, hasta el 28 de marzo de 2016.

En un análisis de la Fan Page de Canal 22, a través de la herramienta de medición para redes sociales Lykealyzer, que es una herramienta gratuita que permite hacer un análisis de parámetros de las Fan page como la presencia, el diálogo, la actividad e información. Esta es una de las herramientas utilizadas por Community Managers para evaluar el desempeño de la Fan Page de la empresa, y estos fueron los resultados:



Elaboración propia

## DATOS DE PUBLICACIONES



Elaboración propia

El nivel de influencia a través de todas sus redes sociales según la herramienta Klout, que es un número que ha cobrado fama pues se ha convertido en un estándar en el mercado de las redes sociales. Mide el nivel de influencia e interacción de alguna cuenta determinada.



Imagen tomada de Klout

Para evaluar la presencia de Canal 22 en Twitter y su relación con los usuarios, se utilizó para este ensayo una herramienta en línea llamada Twitonomy, aplicada para la evaluación de la actividad en la red a lo largo del mes de marzo del 2016 y estos fueron los resultados.

# ESTADÍSTICAS EN TWITTER

43.63



652



191



203



2 651



TWEETS  
RETUITEADOS

26 406



VECES QUE  
FUERON RETUITEADOS

2 775



TWEETS  
MARCADOS COMO  
FAVORITOS

47 970



VECES QUE FUERON  
MARCADOS COMO  
FAVORITOS

Elaboración propia



Imagen tomada de Twitter

Las Redes Sociales, funcionan como focus group, sobre todo Facebook y Twitter, de donde se pueden recoger una gran cantidad de opiniones de los seguidores. Es fácil detectar cuando un programa es del gusto de la audiencia o no. Si algún comentario de los conductores parece inadecuado, se ve reflejado en las redes sociales del canal.

La televisión pública puede y debe, si quiere sobrevivir, explotar todas las herramientas que la tecnología pone a su alcance, esto significa también el uso de multipantallas y multiplataformas. Antoni, Gutiérrez-Rubí, en conferencia, habla al respecto y dice: “El fenómeno multipantalla hace que los espectadores sean interlocutores e interactúen con el contenido desde sus propias pantallas. El único mando que teníamos antes era el mando a distancia de la televisión, ahora tenemos otros mandos, los mandos de nuestros smartphones, de nuestros dispositivos móviles, con los que no cambiamos de canal, pero estamos cambiando permanentemente nuestra relación”

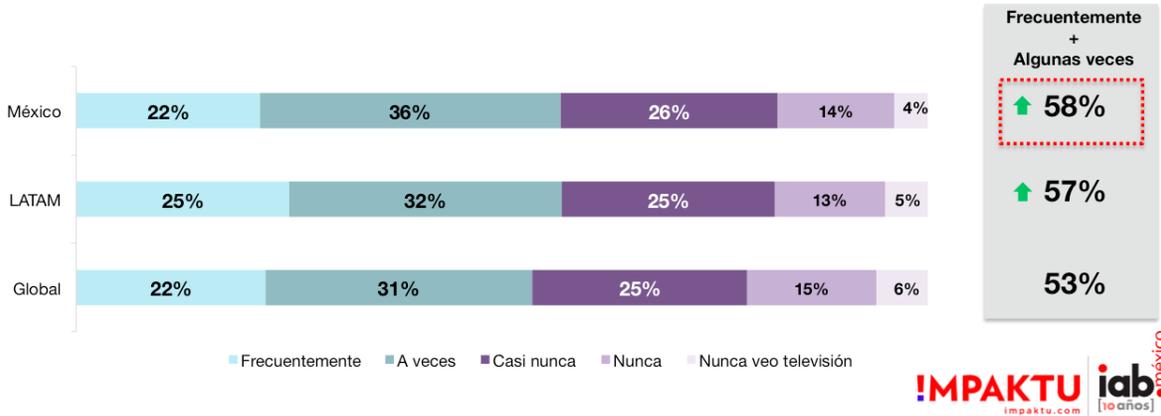
Durante su transmisión en España, la serie Isabel La Católica, hizo uso de las segundas pantallas, así mientras estaba pasando la serie por televisión, uno podía utilizar la Tablet y saber datos históricos del recinto que estaba pasando al aire, mientras se interactuaba por medio del Smartphone dando opiniones sobre la serie en las redes sociales.

Este contenido fue dirigido a diferentes públicos, tanto el que sólo está dispuesto a sentarse en el sillón siguiendo los formatos tradicionales, como para el que está acostumbrado a manejar más de una pantalla. Así no perdieron a ningún tipo de audiencia, logrando que la serie televisiva fuera toda una experiencia transmedia. No se puede dejar de pensar en la televisión tradicional, para ser completamente transmedia, como no se puede dejar el formato tradicional para abandonar el transmedia.

Concebir la arquitectura de una programación como algo integral es prioritario en este momento del cambio, pues permitirá no sólo acercar el contenido a su público, generar nuevas audiencias y llegar más lugares, sino también consolidar la interacción con las personas que están del otro lado de la pantalla.

A qué me refiero con la arquitectura de la programación, por ejemplo si se va a hablar de algún tema en específico en un programa: las ranas, la redes sociales se convierten en más que en una publicación de horarios de programación, en aliadas para captar audiencia, esto es, si se empieza por la mañana a publicar información sobre las ranas, se crean discusiones, durante el programa se involucra al usuario y posterior a este se da seguimiento a todas las opiniones de los interlocutores, es más probable que la penetración del canal logre su objetivo que si sólo se transmite el programa por televisión y no se tiene movimiento significativo en las redes sociales.

Si la actividad y respuesta de los usuarios es favorable en las redes sociales, la respuesta durante la transmisión del programa será favorable; si sólo se depende de la calidad de la transmisión de formato tradicional, la penetración puede no ser la deseada.



Fuente: IAB México

Según un estudio realizado por IAB México, el 58% de los usuarios mexicanos ven videos en su Smartphone mientras ven televisión. La transmedialidad puede ser

una gran herramienta para que la televisión pública no sólo mantenga audiencias, sino que además llegue a más.

“Lo que la gente comparte y dice en las redes, en especial en Twitter, es un elemento central para garantizar la audiencia televisiva, por lo tanto para programar televisión y no programar las redes sociales es inútil, porque son las redes, la audiencia social...”<sup>37</sup>.

Ni el contenido puede ir sólo ni las herramientas de la transmedia, por eso como se mencionaba anteriormente, se tiene que hacer una programación del contenido de la mano de las redes sociales.

En nuestro país, a diferencia de la televisión comercial, la televisión pública ha tenido que padecer más en cuanto a difusión e ingresos económicos. Ha tenido que hacer mucho con poco. La televisión pública en México ha buscado hacer grandes cosas con los pocos recursos.

Con el apagón analógico encima, las televisoras públicas se empezaron a tronar los dedos de temor pues los recursos económicos no eran los suficientes. Pero también esta era puede ser una oportunidad para quien lo sepa aprovechar, generar ideas con los medios económicos que están al alcance para crear espacios públicos.

Deben fijarse logros por fases, para que si bien no se puede alcanzar todo de un solo golpe, pueda ser paulatino pero seguro. Establecer objetivos alcanzables pero que representen un reto, es importante para la televisión pública de nuestra era en nuestro país.

---

<sup>37</sup> Gutiérrez-Rubí, Antoni, *Multipantallas y Multiaudiencias: Retos para la televisión*, Conferencia Magistral. Segundo Encuentro Internacional de Televisión Pública, 2015

La televisión pública más allá de lo que hemos conocido por medio de la señal abierta de televisión que llega a nuestro hogar, representa un lugar donde el ciudadano se puede expresar, encuentra respuesta a sus preguntas y ve reflejada su realidad en la información transmitida, por lo que no necesariamente tiene que ser una señal con muchos años de antigüedad en la televisión mexicana.

Existe la posibilidad de fundar, crear y desarrollar televisión pública con economía mínima, lo que da la oportunidad a cualquier ciudadano que esté dispuesto a dedicar tiempo, de tener un sitio donde se publique contenido audiovisual y más. Los conceptos no alcanzan a englobar o concretar todo tipo de televisión que sucede en la gran red, pero eso no impide que sea una herramienta.

En el artículo en línea llamado El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana, Javier Esteinou Madrid, habla sobre cómo Armand Mattelart, reflexiona sobre la importancia de no sólo poner los ojos no sólo en los beneficios tecnológicos que obtiene la comunicación gracias a los avances de los últimos años, sino de reflexionar la importancia de estos y su impacto social y critica los estudios, que dice son escritos por modas informativas.

Tras esta reflexión, resulta significativo entonces hablar de cómo la televisión pública por internet está al alcance de cualquiera que esté interesado en crear contenido con los recursos que tenga a la mano. Ya no es necesario buscar señales clandestinas por el costo que representa, haciendo una pequeña inversión o tomando los elementos de nuestro alrededor es suficiente. Así un canal de Youtube o de Vimeo con videos sencillos grabados con un dispositivo móvil o una cámara de video se podrían convertir en televisión pública, en el sentido literal del concepto. Un sitio de internet con servicio de streaming podría serlo también. Es difícil darle un nombre a cada una de las formas que la tecnología posibilita en la realización de televisión, y podrían ser formas muy cuestionadas por los ortodoxos, pero si de lo que se trata es de ser más cercanos y diversificar los contenidos la ventana nos muestra un paisaje muy amplio de nuevos mundos, que

pueden cumplir con el objetivo esencial de la televisión pública. Entre las ventajas que la red trae consigo es exponer el contenido ahí, deja de ser un tema local, sino que se convierte en un contenido al cual cualquier persona en el mundo puede tener acceso a él. Así no sólo se enriquece el ciudadano mismo, sino también se da a conocer al mundo nuestra cultura.

No se descarta por ejemplo la IPTV para la televisión pública, implica una inversión más elevada a lo que internet brinda, pero es un campo fértil. Canal 22 lo incluyó en su plan de digitalización y tecnologización, no obstante es aquí donde las fuerzas deben unirse. La era digital exige mucho, y ver cada televisora como competencia debe ser una postura eliminada, pues el objetivo es el mismo y en un terreno tan complicado el apoyo entre sí es el principal elemento para la victoria de un equipo. Si se quiere llevar un servicio de IPTV a los hogares mexicanos, no tiene que ser tarea de una sola televisora, si se logran alianzas entre las diferentes televisoras públicas, el peso es menor y el alcance es mayor.

Puesto que el servicio de señal pública debe ser gratuito, hacer alianzas abarata los costos de infraestructura pues todos ponen su granito de arena y el contenido se diversifica y se alimenta, se tienen mayores opciones y se brindan más herramientas.

El quehacer no recae sólo en lo tecnológico que ya está dado, no se tienen que realizar desarrollos especiales sino ocupar las herramientas que ya existen, pero el tejido de la televisión pública no puede quedar sostenido solamente en esto, pues la piedra angular debe ser el contenido ya que con la posibilidad de tener más canales y como consecuencia más formas de llegar al televidente, lleva escrito en letras muy grandes la responsabilidad que conlleva: la creación de más y nuevos contenidos. Más programas informativos, más series, más documentales tener más que mostrar y no recaer en lo que en los primeros años de la digitalización ha sucedido, que es en la repetición y transmisión de contenidos extranjeros.

Luciano Saavedra comentó, que Canal 22 hará contenidos específicos para cada plataforma: “La producción debe ser específica para un canal web, por ejemplo, para que te pueda atrapar, entonces los contenidos tienen que ser más pequeños, una pequeña síntesis del programa, donde se ponga lo más rico del programa y dar la oportunidad a que se vea completo, también”.

Por ejemplo, realizar un Vine (red social que consiste en subir videos de corta duración), sobre un documental sobre cómo afecta el consumismo en la moda, sobre el cambio climático, que será transmitido por televisión y que a su vez estará disponible en VoD en la página web. Este Vine sólo deberá contener en pocos segundos, los momentos más emotivos del documental: la imagen de un vagabundo sonriendo al recibir una chamarra que una niña reparó, como forma de combatir el consumismo; los más dramáticos: la desaparición de hermosos paisajes por la sobreexplotación de los recursos naturales; los más emocionantes: la felicidad de un hombre al comprar en un mercado de ropa de segunda mano; los datos más relevantes: una playera nueva a cuántos campos de algodón desaparecidos, corresponde; funcionando como un contenido completo pero a su vez genere curiosidad y los usuarios busquen el documental completo.

La cultura debe empezar en casa, estar producida por mexicanos para mexicanos. No es una cuestión nacionalista, que si bien es cierto en este proceso de la globalización los gustos y referencias son más bien globales, hay gustos y necesidades que sólo las personas de ciertos territorios viven, aunque compartan otras tantas con gente de todo el mundo.

“...la cooperación, la creatividad y el desarrollo creativo tienen que ver con la idea de fondo de lo que pensamos que deben de aprovechar, sin lugar a duda, las televisiones de servicio público”<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup>Ferrer, Alberto, *La Televisión Iberoamericana ante el reto digital*, Mesa de Análisis, Segundo Encuentro Internacional de Televisión Pública, Canal 22. Noviembre de 2014

## La programación

Durante la primera semana de mayo de 2016 se monitoreo la programación de Canal 22 y estos son los resultados.

	Domingo 1 de mayo 2016	Lunes 2 de mayo 2016	Martes 3 de mayo 2016	Miércoles 4 de mayo de 2016	Jueves 5 de mayo de 2016	Viernes 6 de mayo de 2016	Sábado 7 de mayo de 2016
6:00	Inventario	En ruta T	Talleres y oficios de México	Talleres y oficios de México	Talleres y oficios de México	Entre sabores	Talleres y oficios de México
6:30	Entre sabores	Manos mágicas	Más campo	Pasaporte al sur	Más campo	Manos mágicas	México Vivo
7:00	Caminando Zacatecas	Pasaporte al sur		Manos mágicas	Crónicas de lo cotidiano	Pasaporte al sur	Historias Sabrosas
7:30	Arte por todos	México al día	México al día	México al día	México al día	México al día AM	Veracruz a la carta Temp.2
8:00	Nayarit, paraíso de Pacífico						Caminando Zacatecas
8:30	Uruguay 52						Arte por todos
9:00	Cinema 22	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Cinema 22
9:30		Mesa de diálogo	Inventario	Clásicos del Canal 22	Incursionando	Rumbo al inglés	
10:00			Arquitecturas mexicanas del siglo XXI 2			Mesa de diálogo	
10:30			La raíz doble Temp. 1			La vaca Napux	
11:00	Rafa la jirafa	Grandes figuras del arte mexicano	Yoga para la libertad	Tratos y retratos	México Vivo	En ruta T	
11:30	México Vivo						
12:00	Entre sabores	El poder del diseño	La Dichosa Palabra Temp. 14	Piedras que hablan	El poder del diseño	Xilonen	
12:30	Michoacán gourmetn	La Oveja Eléctrica			Tratos y retratos Temp. 24	Historias Sabrosas	
13:00	Del merito Aguascalientes	Talleres y oficios de México	Talleres y oficios de México	Talleres y oficios de México	Talleres y oficios	Del merito Aguascalientes Temp.2	
13:30	Más campo	Mucho corazón	Mucho corazón	Mucho corazón	Lo mejor de la Dichosa Palabra Temp. 6	Inventario	
14:00	Cinema 22	Historias sabrosas	Fusión	Historias sabrosas	Historias sabrosas	Cinema 22	
14:30		Veracruz a la carta Temp. 2	Del merito Aguascalientes Temp. 2	Entre sabores	México al día MD		
15:00		Veracruz a la carta Temp. 4	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22		Fusión
15:30							Cápsulas Conabio
16:00	Tecnología de punta	ConCiertoSentido	Talleres y oficios de México	Grandes figuras del arte mexicano	Tesoros coloniales Oaxaca	Manos mágicas	
16:30	Series documentales		Tecnología de punta		Rumbo al inglés	Crónicas de lo cotidiano	
17:00			Caminando Zacatecas	Pasaporte al sur	Más campo	Talleres y oficios de México	Escenarios
17:30					Especial (Arqueología subacuatica)		
18:00							

18:30			Manos mágicas	Crónicas de lo cotidiano	Manos mágicas	Especial (México biodiverso)	
19:00	ConCierroSentido	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Noticias 22	Grandes figuras del arte mexicano
19:30		México Vivo	Tratos y retratos	La Oveja Eléctrica	La vida literaria de México siglo XIX	Mares de vida	La Dichosa Palabra Temp. 14
20:00		Mucho corazón	Mucho corazón	Mucho corazón	Mucho corazón	Chiapas, rios de vida	
20:30							
21:00	Diario de un aventurero	Bandolera	Bandolera	Bandolera	Bandolera	Bandolera	NCI Noticias
21:30	En ruta T						Cineclub CUEC
22:00	Isabel	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22
22:30							
23:00							
23:30	Los puros criollos					Cápsulas Conabio Cápsulas Guelaguetza	
0:00	Caminando Zacatecas	La Dichosa Palabra Temp. 14	Piedras que hablan	Día de un aventurero	Cineclub CUEC	La Dichosa Palabra Temp. 14	Manos prodigiosas
0:30	Uruguay 52			En ruta T	Restaurando México		Pasaporte al sur
1:00	La Dichosa Palabra	Caminando Zacatecas	Pasaporte al sur	Más campo	Pasaporte al sur	Piedras que hablan	Escenarios
1:30			Manos mágicas	Crónicas de lo cotidiano	Manos mágicas		
2:00	México Vivo	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Cinema 22	Bandolera
2:30	Entre sabores						Xilonen
3:00	Michoacán gourmet						Historias Sabrosas
3:30	Del merito Aguascalientes						Del merito Aguascalientes Temp.2
4:00	Más campo	Grandes figuras del arte mexicano	Arquitecturas mexicanas del siglo XX1 2	La raíz doble Temp. 1	En ruta T	Cinema 22	NCI Noticias
4:30	Veracruz a la carta Temp. 4		Tratos y retratos	La Oveja Eléctrica	La vida literaria de México siglo XIX		Cineclub CUEC
5:00	Clásicos del Canal 22	La Dichosa Palabra	Piedras que hablan	Diario de un aventurero	Cineclub CUEC	La Dichosa Palabra Temp. 14	La Dichosa Palabra
5:30				En ruta T	Restaurando México		

Y estas son algunas de las descripciones de los programas que el canal aporta en su página web.

Nombre	Descripción
Inventario	Revista semanal que presenta lo más destacado sobre las actividades artísticas, culturales y académicas de la Universidad Nacional Autónoma de México
Entre sabores	Cocina casera y práctica para conocedores y principiantes en el tema, platillos de corte nacional e internacional con las mejores recomendaciones de nuestros chefs.
Caminando Zacatecas	Un recorrido por los pueblos mágicos de Zacatecas para descubrir anécdotas increíbles, paisajes inimaginables, gastronomía exquisita, tradiciones sorprendentes y lugares con mucha historia.
Arte por todos	El arte no sólo está en las galerías o espacios públicos artísticos, el arte está en nuestras calles. A través de esta serie descubriremos las nuevas formas de expresión del arte urbano creado por diversos artistas.
México Vivo	Serie documental que muestra tradiciones creadas por pueblos indígenas mexicanos, que siguen vigentes en la actualidad.

Michoacán gourmet	De la mano del Chef Pablo Revueltas, conoceremos los secretos, sabores y rincones más deliciosos de la gastronomía michoacana, a través de un concepto fresco y sobre todo gourmet.
Del merito Aguascalientes	Un recorrido por los lugares más tradicionales, sus aromas, sabores, sus personajes, y sus anécdotas. Acompaña a Alberto Gómez en un viaje caleidoscópico, en busca de aquellos hombres y mujeres que con su actividad, le ponen la sal y pimienta al día a día del mágico Aguascalientes.
Más campo	Una revista con la información más actual del acontecer del campo mexicano.
Cinema 22	Cinema 22 presenta lo mejor del cine mexicano, iberoamericano, de autor, clásico y de 5 estrellas. A través de este espacio, se transmiten cintas sin cortes, reconocidas internacionalmente y que abordan distintos temas.
Clásicos del Canal 22	Espacio que reúne los mejores trabajos documentales producidos por el Canal 22, en los que se muestra la amplia gama temática que ha formado parte de la barra programática de la televisora
Series documentales	Los documentos más destacados que ha transmitido el Canal 22.
Diario de un aventurero	El diario de un aventurero, es una serie documental televisiva la cual plasma las experiencias de un fotógrafo que viaja siempre acompañado de un personaje en relación al tema. Diferentes ecosistemas, llenos de aventura nos muestran un Chiapas mágico que pocos conocemos.
Isabel	La segunda temporada de Isabel revela cuales fueron las estrategias de los reyes para fortalecer su nación y los enemigos que vencieron.
Los puros criollos	Serie documental que hace un recorrido por la gastronomía, las artesanías, los objetos, la música, el fútbol, y todo aquello que genera en los colombianos un sentimiento de pertenencia.
Mános mágicas	Serie que recorre varios municipios del estado de Michoacán para conocer a los artesanos de cada lugar, su trabajo y técnicas.
Pasaporte al sur	Una serie que te invita recorrer los rincones más bellos del estado de Quintana Roo.
México al día	Mantente informado del acontecer económico y político, cultural, deportivo y social de México y el mundo por las mañanas y ahora también al terminar el día. Bajo la conducción de Patricia Betaza y Omar Cepeda y por la noche la destacada periodista Mayte Noriega.
Mesa de diálogo	Ponemos sobre la mesa los temas de actualidad legislativa para examinarlos a fondo con los legisladores de distintos grupos parlamentarios. Preguntas, respuestas, cuestionarios, datos, análisis y puntos de vista diferentes, pero sobre todo, diálogo tolerante para entender mejor lo que nos importa e impacta a todos de la mano del destacado periodista Javier Solórzano.
Grandes figuras del arte mexicano	Un recorrido visual, histórico y sensitivo, a través de la vida, obra y datos poco conocidos de diversos artistas mexicanos, cuyo trabajo trascendió las fronteras del tiempo y el espacio.
El poder del diseño	Programa que muestra la importancia del diseño en México contemporáneo, su relevancia con el mundo del arte, así como sus principales exponentes. Además, explora la creatividad e inventiva de personajes encargados de moldear el medio ambiente para las necesidades de la sociedad.
La Oveja Eléctrica	Revista de ciencia y pensamiento, cultura general.
Talleres y oficios de México	Un amplio audiovisual que muestra la riqueza artística de México nacida de las manos de los mejores artesanos, captados en su cotidianidad creativa.
Veracruz a la carta	Recorre los principales pueblos veracruzanos y conoce la gastronomía del estado. Además, descubre el origen e historia de los platillos que se preparan en cada emisión de Veracruz a la carta.
ConCiertoSentido	Espacio que reúne un sinfín de melodías, ritmos y las mejores bandas de México. En cada emisión disfrutaremos de lo más representativo del trabajo musical de cada artista, así como un recuento de su trayectoria en los escenarios.
Arquitecturas mexicanas del siglo XXI 2	Las obras y proyectos más destacados de la arquitectura contemporánea en México.
Yoga para la libertad	Toma el poder sobre tu vida, activa tu mente y cuerpo y logra mantener tu energía durante todo el día.
Piedras que hablan	Canal 22 viaja al pasado prehispánico a través de la crónica de Juan Villoro, que en cada emisión de Piedras que hablan conversa con antropólogos, historiadores y especialistas, para conocer la historia de antiguas civilizaciones que dejaron grandes legados arquitectónicos, como Chi Chen Itzá, Teotihuacán, Paniqué, Monte Albán y el Templo Mayor.
La raíz doble	Las comunidades indígenas, los artistas de cada región y los diferentes entornos que habitan son los protagonistas de esta producción, que explica cómo la música ayuda a nombrar, mirar y comprender el mundo de forma distinta.
Historias sabrosas	Ana Saldaña acompañada de su inseparable amigo Gonzalo Serrano, recorre museos, mercados, huertos urbanos, parques y sitios arqueológicos de la ciudad de México, donde prepara recetas fáciles y saludables de platillos locales. Además, explica el origen de los ingredientes e incluso acude al lugar en donde se siembran.
Rumbo al inglés	Un programa en el que el televidente podrá aprender inglés de la mano de profesores expertos, desde nivel básico intermedio y avanzado.

Tesoros coloniales de Oaxaca	A través de Tesoros coloniales de Oaxaca realizaremos un viaje en el tiempo para conocer las primeras edificaciones de la orden dominica, impresionantes construcciones católicas, erigidas sobre las ruinas de los monumentos mexicas que reflejan la belleza del arte novohispano del siglo XXI.
Especial (México biodiverso)	Morelos cuenta con una biodiversidad excepcional. Este estado relativamente pequeño es cuanto a superficie territorial, es enorme en cuanto a riqueza biológica. Ocho de los diez ecosistemas que existen en México, se encuentran en Morelos.
Mares de vida	Imágenes de devastación contra imágenes de esperanza. Viajemos al Golfo de Panamá, donde se registra un gran pérdida de recurso marnos que ha ocasionado la caída de los desembarcos persqueros; y observemos como en Costa Rica se demuestra, que sí se pueden recuperar los ecosistemas dañados por la pesca para devolver el equilibrio perdido.
Cápsulas Guelaguetza	Lo mejor del folklor de la Guelaguetza.
Vientos de Morelos	Una de las más importantes manifestaciones culturales del estado de Morelos es sin lugar a dudas la música de viento. Las bandas acompañan la vida ritual, festiva y social de todas las comunidades, amalgamando costumbres, tradiciones,
Manos prodigiosas	Oaxaca es uno de los estados más ricos en expresiones populares, cuyos trabajos artesanales son producto del gran talento artístico y la fina manufactura, que la han valido el renocimiento internacional. En cada episodio conoceremos el trabajo de los artesanos oaxaqueños y su arte, que se transmite de generación en generación.

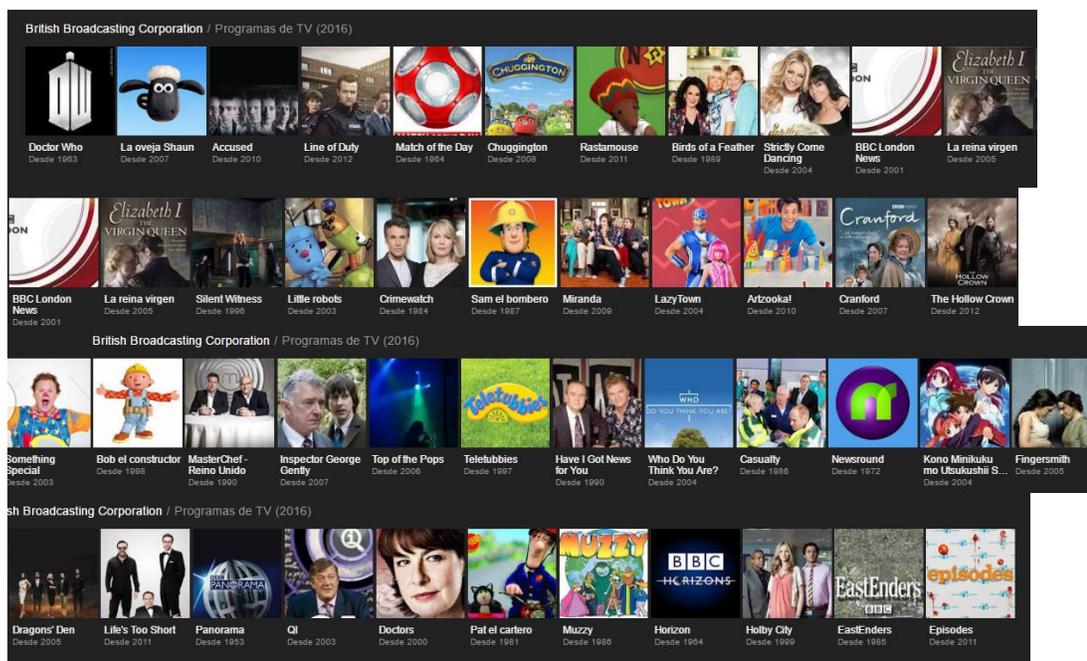
#### Tablas de elaboración propia, con información de Canal 22

Podemos observar que un gran porcentaje de su programación se basa en mostrar la cultura mexicana y sus tradiciones, desde la perspectiva gastronómica a la artesanal, cruzando por la arquitectónica y haciendo viajes para descubrir una vez más la riqueza de la biodiversidad en nuestro país. Demuestra tener también intereses educativos y científicos, por lo que presenta programas en forma de clase y otros de revista con temas relativos a la educación y la ciencia; además ha importado programación de trascendencia mundial como lo es la serie española Isabel, por otro lado un considerable porcentaje del contenido del Canal 22, es dedicado al llamado séptimo arte, dando así espacio a la transmisión de películas y documentales.

### La televisión pública en otros países

Podemos ver como ya se mencionaba párrafos antes, la mirada de Canal 22 está puesta en la cultura, educación, ciencia, tecnología y sobre todo en las tradiciones mexicanas, sobra decir que constantemente buscan exponer estos puntos como relevantes, y también en sus espacios informativos; pero habremos de poner atención a aquellos puntos de oportunidad, que no significa que algo sea malo, sino que puede mejorar.

Una de las características que podría incluir, es jovialidad, que la televisión pública se sume a la tendencia o no, deberá ser un análisis a realizar. Por una parte tenemos la necesidad de producción y consumo de series de calidad que funcionen como entretenimiento, por ejemplo la televisión pública inglesa, BBC, se encuentra en una constante producción de series que van desde lo infantil hasta lo más histórico.



Barra programática de la BBC. Imagen tomada de: <https://www.google.com.mx>

También tenemos como ejemplo a la televisión pública española de la cual se ha Canal 22 ha importado programas. Como la serie Isabel. Sus programas están divididos en los siguientes rubros: infantil, comedia, drama, sobremesa, tv movies, series históricas, series literarias y series en catalán.



Otro eje del mundo es *Slow TV* que por el contrario a otros, su objetivo no es causar emociones fuertes y mostrar acción, sino llevar de viajes en tiempo real a lugares pacíficos. Por horas y horas, los noruegos han disfrutado de paz en imágenes.<sup>39</sup>



Barra programática de la RTVE. Imagen tomada de: <http://www.rtve.es/television>

Como se menciona en el apartado donde abordamos los propósitos de la televisión pública, no existen fórmulas para las televisiones públicas, no hay algo que se aplique como una regla general, sin embargo ver lo que pasa en otros lugares, en este caso en otros países nos puede ayudar a concebir cuáles son las líneas de contenido que se están abordando.

<sup>39</sup> Elidrissi Fátima, El nuevo fenómeno catódico: la 'televisión lenta', El Mundo, disponible en: <http://bit.ly/1hfdGNU>, consultado el 15 de mayo de 2016

## **Del botón a lo que sigue... A manera de conclusión**

Girar la perilla o tomar el control, significó para nosotros un cambio radical; nacer, crecer y envejecer con una pantalla cerca, que nos llevara a otros lugares sin movernos de nuestro lugar representó iniciar ese interminable viaje de aventuras visuales, de experimentación, de evolución.

Pese a todos los cambios tecnológicos que puedan suceder, nuestra fascinación por lo visual y nuestro impulso por plasmar eso que nos sucede, y volver a verlo una y otra vez en diferentes representaciones, sigue intacta. La plataforma se ha transformado, el usuario se ha transformado, pero la imagen sigue presente.

La tecnología y las innovaciones, trajeron consigo nuevos productos audiovisuales que se fueron fortaleciendo y se convirtieron en fuertes competencias para la televisión; Netflix es un gran ejemplo de ello, así como Youtube, y otras fuentes de contenidos audiovisuales que han hecho que el rating de las grandes televisoras de la televisión abierta mexicana como Televisa y Tv Azteca disminuyera considerablemente.

Es aquí donde se abrió una oportunidad para la televisión pública, que por mucho tiempo permaneció rezagada de las opciones del gusto de la mayoría, pero que está en un momento propicio para cobrar fuerza, que por mucho tiempo mantuvo contenidos elitistas, y que ahora puede incursionar en contenidos innovadores para atraer a las audiencias más jóvenes.

Con la llegada de la tecnología y en la gestación de un nuevo ambiente, las audiencias fueron evolucionando. Frente a los avances y los cambios las dinámicas de consumo, es posible proyectarnos y aventurarnos a decir cómo sería la televisión del futuro. No debemos pasar desapercibido que a la audiencia les gusta sentir que tienen el control sobre lo que ven y cómo lo ven. Por lo que la programación a la carta seguirá siendo una opción para la televisión. Una televisión que de acuerdo a los gustos del usuario puede ir sugiriendo contenido atractivo para el televidente.

Cada vez es más importante para el usuario poder acceder a contenidos desde cualquier lugar, es un comportamiento que va a la alza, por lo que los dispositivos que permitan la portabilidad de la televisión son el futuro, así la televisión puede evolucionar a un dispositivo más pequeño que pueda proyectar sobre la superficie tan grande o pequeña como se desee la imagen; que pueda recurrir a una red en cualquier lugar para poder ver el contenido de programas o bien conectarse a Internet para acceder a este.

Ahora mismo del televidente tenemos escasos esbozos de cómo es, un ser que está en constante transformación y por lo tanto en constante adaptación también de acuerdo a lo que ocurre en su entorno. Así, la televisión tendrá que ir al ritmo y aún más adelantarse, a los cambios para mantener a su audiencia y ofrecer contenidos de interés, también en su forma.

Como nos pudimos percatar, no existen fórmulas ni modelos exactos que se apliquen de manera genérica a la televisión pública, sin embargo su programación así como las forma de hacerse llegar a la audiencia deben responder a las necesidades de los ciudadanos, y esta debe ser el eje de sus decisiones, es por eso que se vuelve imperante que la televisión pública adopte nuevas estrategias, entienda el contexto al que se enfrenta y busque proyectarse a futuro, como un medio actual. Esto es, que adopte las Tecnologías de la Información, como una herramienta, que tenga en cuenta a los nuevos televidentes.

Cada televisora habrá de aplicar sus propias estrategias, ya sea como la televisión pública inglesa que ha creado series de entretenimiento de aventura y ficción, o como la televisión pública española que en sus series representa la historia o literatura de forma atractiva, o bien llevar momentos pacíficos como la televisión pública noruega, todo dependerá de lo que sus audiencias necesitan.

La introducción de la tecnología como herramienta en la conquista de nuevos públicos, es un tema que Canal 22 ha buscado fomentar no sólo para sí sino también para las televisoras públicas de México y Latinoamérica, con foros de discusión que llevan a la reflexión de los encargados del contenido a no olvidar a esta nueva generación de televidentes.

Pese a que existan posturas que muestran cómo la tecnología puede perjudicar o no al individuo, no podemos evadirnos de nuestra realidad, las tecnologías han penetrado lo más íntimo de nuestra vida cotidiana y aunque exista una resistencia al cambio, el cambio ya está dado.

A esta forma de ver contenidos audiovisuales que ya no requiere de un momento específico para verse ni un único aparato, le seguimos llamando televisión y quizá este acto de 'ver televisión' sea llamado así por mucho más tiempo, aun no lo sabemos, tal vez para dentro de algunos años, sea un acto transmediático, o digamos que veremos la hipermedia. Quizá tenga un nombre menos teórico que revolucione nuestras formas de concebir la realidad audiovisual y el consumo de medios.

De acuerdo a lo que pudimos observar en sus redes sociales, Canal 22 ha establecido lazos de comunicación y ha creado una comunidad, pues su número Klout, es un buen índice de popularidad, pero también significa que se debe trabajar más aún en ello para aumentarla.

Canal 22 es tan sólo un ejemplo de lo que está sucediendo en el contexto de la televisión pública en México, de la visión que tiene y de lo que puede lograrse. Es una oportunidad para la pluralidad, y a esto se suman las herramientas tecnológicas para llegar a las audiencias más jóvenes.

La convergencia entre televisión e internet/tecnología, nos trae nuevas formas de concebir un acto que por años se había consagrado como un acto grupal y familiar, nos ha hecho cambiar la forma en que vemos el aparato, y ha diversificado los contenidos audiovisuales, nos ha dado un control al menos por el momento parcial de ver lo que querramos, cuando querramos, a la hora que querramos, pero también ha traído consigo una gran responsabilidad para los medios tradicionales de aumentar sus competencias tecnológicas.

Se han abierto nuevos canales de interacción y el usuario por fin puede de manera más sencilla hacer llegar sus opiniones a los creadores del contenido. También la tecnología nos ha dado la posibilidad de ser prosumidores y como consecuencia dejar de ser dependientes de las grandes empresas de televisión.

Pero aún quedan retos por asumir y direcciones que cambiar, mensajes por hacer llegar, comunidades que formar y encuentros que gestionar. Imaginar lo que será de nuestro futuro como medios nos hace pensar en un calendario lleno de esfuerzos diarios para cada vez entender mejor a las audiencias.

Es momento de darle el valor al futuro que no existirá sino desde nuestro presente y entonces abrir espacio a la pluralidad.

## Fuentes de consulta

### Bibliografía

- Bourdieu, Pierre and Thomas Kauf. 1997. *Sobre La Televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Dorcé, André 2009. *Televisión e Internet: ¿convergencia intermedial con un solo sentido?* En Aguilar, M. A., E. Nivón, M. A. Porta y R. Wincour (eds.). Barcelona: Anthropos.
- Franco Álvarez, Guillermina. 2005. *Tecnologías De La Comunicación*. Madrid: Editorial Fragua.
- González, Fernando and Miguel Ángel Sánchez de Armas. 1998. *Apuntes Para Una Historia De La Televisión Mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación [etc.].
- Lévy, Pierre. 2007. *Cibercultura*. Rubí, Barcelona: Anthropos.
- Lipovetsky, Gilles and Jean Serroy. 2009. *La Pantalla Global*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Lloret Mauri, Jaime, Miguel García Pineda, and Fernando Boronat Seguí. 2008. *IPTV, La Televisión Por Internet*. Málaga: Vértice.
- Negroponte, Nicholas. 1995. *Ser Digital =*. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- Orozco, Guillermo. 2009. *Entre pantallas: nuevos escenarios y roles comunicativos de sus usuarios*. En Aguilar, M. A., E. Nivón, M. A. Porta & R Wincour (eds.). Barcelona: Anthropos.
- Ortega., Carnen Patricia. 2006. *La otra televisión: por qué no tenemos televisión pública*. México: Editorial E, UA
- Piscitelli, Alejandro. 1998. *Post/Televisión*. Buenos Aires: Paidós.

- Quijada Soto, Miguel Angel. 1986. *La Televisión*. México, D.F.: Editorial Trillas.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. 1992. *Tendencias En La Investigación Sobre Televisión En México, 1950-1990*. Guadalajara, Jalisco, México: CEIC, Universidad de Guadalajara.
- Sartori, Giovanni and Ana Díaz Soler. 1998. *Homo Videns*. Madrid: Taurus.
- Scolari, Carlos. 2008. *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, Carlos Alberto. 2013. *Narrativas Transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Vilches, L. (2013). *Convergencia y transmedialidad*. Barcelona: Gedisa.
- Williams, Raymond. 1975. *Television*. New York: Schocken Books.
- Wolton, Dominique. 2000. *Internet, Y Después?*. [Barcelona]: Gedisa Editorial.

## Archivos digitales

- Asociación Mexicana de Internet (2009). *Hábitos de los usuarios de Internet en México: resumen ejecutivo*, Informe estadístico, disponible en: <http://bit.ly/2bZJZtU>, consultado el: 20 de mayo de 2014
- Barrientos, Mónica, *La convergencia y la segunda pantallas: el caso Isabel (TVE)*, Dialnet, disponible en: <http://bit.ly/2bwmuVu>, consultado el 23 de mayo de 2016
- Canal 22, *Ciudadanía digital*, disponible en: <http://bit.ly/2ca9EdY>, consultado el: 1 de diciembre de 2015
- Canal 22, *Manual de producción*, disponible de: <http://bit.ly/2bW3eEo>, consultado de: 30 de noviembre de 2015
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2008). *Disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares 2008*. Disponible en: <http://bit.ly/2c6n4JE>, consultado el 15 de abril de 2014
- Jenkins , Henry, Culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación, disponible en: <http://bit.ly/1iFSTzb>, consultado el: 23 de marzo de 2016

Manovich, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Disponible en: <http://bit.ly/2bw3FC2>, consultado el: 23 de marzo de 2016

Murgich , Valeria, *El uso de las segundas pantallas mientras se ve televisión*, disponible en: <http://bit.ly/1t1atwh>, consultado el: 26 de noviembre de 2015

Ortega Ramírez, Patricia, *Muchos canales no es sinónimo de pluralidad, Dos empresas una sola voz, Anuario de investigación 2006, 2007*, disponible en: <http://bit.ly/2caanM5>, consultado el:25 de mayo de 2014

Prensky, Marc, *Nativos Digitales*, disponible en: <http://bit.ly/1NaX8Lt>, consultado el: 4 de octubre 2015

Prieto, Francisco, *Informe anual, enero a diciembre 2014*, disponible en: <http://bit.ly/2bnQJzl>, consultado el: 2 de diciembre de 2015

Sánchez Ruíz, Enrique E., *Hacia una cronología de la televisión mexicana, Materiales de estudio de los medios*, disponible en: <http://bit.ly/1GHQ9CE>, consultado el 18 de febrero 2014

Scolari, Alberto., (2006). *La estética Posthipertextualidad*, Universitat de Vic. Barcelona. Disponible en: <http://bit.ly/2bVfpR3>, consultado el: 19 de marzo de 2014

Soengas, Xosé, *Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital*, disponible en: <http://bit.ly/2bwaJ1h>, consultado el: 15 de noviembre de 2015

Toussanint Alcaráz, Florence, *Historia y Políticas de la televisión pública en México*, disponible en: <http://bit.ly/2bUbOhn>, consultado el: 16 de febrero de 2014

Zanoni, Leandro, *Futuro inteligente*, disponible en: <http://bit.ly/1y9xfPt>, consultado el: 13 de mayo de 2014.

## **Cibergrafía**

AFP, *NYT innova con periodismo de realidad virtual*, disponible en: <http://bit.ly/1MCYybO>, consultado el: 6 de noviembre de 2015

AMIPCI, *Hábitos del internauta mexicano, 2015*, disponible en: <http://bit.ly/1e53cpF>, consultado el: 5 de noviembre de 2015

- Barragán, Daniela, *La TV abierta agoniza: Televisa y Azteca ya no venden como antes y sus deudas crecen*, disponible en: <http://bit.ly/1HbIDR1>, Sin Embargo, consultado el: 4 de noviembre de 2015
- Benassini F., C., *La oferta de televisión por internet en México*, Etcétera, disponible en: <http://bit.ly/2cbAJjd>, consultado el: 16 de febrero de 2014
- Canal 22, *Cobertura*, disponible en: <http://bit.ly/1IHu3vH>, consultado el: 30 de noviembre de 2015
- Corbella, Luciano, *Focus Group 2.0: cómo las redes sociales colaboran con el marketing*, disponible en: <http://bit.ly/2bu0Stx>, consultado el: 30 de noviembre de 2015
- Crovi, Druetta, Delia, *Televisión por cable en México, Una industria en busca de nuevos rumbos*, disponible en: <http://goo.gl/AKHgKP>, consultado el: 1 de marzo de 2016
- Elidrissi Fátima, *El nuevo fenómeno catódico: la 'televisión lenta'*, El Mundo, disponible en: <http://bit.ly/1hfdGNU>, consultado el 15 de mayo de 2016
- Esteinou Madrid, Javier, *El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana*, Razón y Palabra, disponible en: <http://bit.ly/2qMIhiv>, consultado el 15 de mayo de 2017
- El Once y su historia*, disponible en: <http://goo.gl/JzMZ05>, consultado el 15 de marzo de 2016
- Gómez, Rosario, *La radio ensaya nuevas tecnologías para entrar en el mundo digital*, disponible en: <http://bit.ly/2aZdF77>, consultado el:15 de noviembre de 2015
- Historia de la televisión*, disponible en: <http://goo.gl/IE6nCx>, consultado el 20 de noviembre de 2014
- Historia de la Televisión Metropolitana, S.A de C.V.*, disponible en: <http://goo.gl/CeBEcz>, consultado el 11 de agosto de 2016
- Historia de los medios*, Blog, Precursores de la televisión, disponible en: <https://goo.gl/CrWYUb>, consultado el 22 de febrero de 2016
- IAB México, *Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos*, disponible en: <http://bit.ly/1BnGrHG>, consultado el: 26 de noviembre de 2015

Juárez, Claudia, *Con el apagón analógico, México da paso a la era digital*, El Economista, recuperado de: <http://bit.ly/2bvf1V>, consultado el: 20 de mayo de 2016

*La barra once niños, finalista internacional*. Disponible en: <http://goo.gl/AdZMZj> consultado el: 15 de marzo de 2016.

Martínez, Matías, *La crisis de los grandes periódicos*, disponible en: <http://bit.ly/2aXbga3>, Infoamérica, consultado el: 15 de noviembre de 2015

Millán, P. (2006). *Formatos innovadores y planteamientos clásicos: el paradigma digital*; revista Textos de la cibersociedad, 9, técnica variada, disponible en: <http://bit.ly/2cqIgm1>, consultado el: 20 de octubre de 2015

Monteagudo, Karla, *Medios impresos, la otra muerte anunciada*, disponible en: <http://bit.ly/2bfLqix>, consultado el: 15 de noviembre de 2015

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, *La radio y televisión pública ¿por qué? ¿Cómo?*, disponible en: <http://bit.ly/2cbBjgQ>, consultado el: 13 de enero de 2014

*Protocolo IP, funciones y características*, disponible en: <http://bit.ly/1zgLeaK>, consultado el 10 de abril de 2016

*Protocolo TCP*, disponible en: <http://bit.ly/2aSMug5>, consultado el 10 de abril de 2016

Redación, *Ni Telcel ni Movistar; comunidad zapoteca implementa su propia red de telefonía celular*, Proceso, disponible en: <http://bit.ly/2baboqe>, consultado el: 3 noviembre de 2014

Reyes, Gabriela, *Sólo nuevas cadenas pagarán multiprogramación: exentan Azteca y Televisa: IFT*, disponible en: <http://bit.ly/2bvd4MV>, consultado el: 26 de noviembre de 2015

Rodríguez, Martha, *Ley Federal de Telecomunicaciones en materia de Medios Públicos*, disponible en: <https://goo.gl/rOvzyw>, consultado el: 26 de agosto de 2015

Scolari, Carlos, *La segunda pantalla*, disponible en: <http://bit.ly/2btU4f6>, consultado el: 26 de noviembre de 2015

Scolari, Carlos, *La TV después del broadcasting: Hipertelevisión, redes y nuevas audiencias*, disponible en: <http://bit.ly/2bMB8dv>, consultado el 3 de abril de 2016

Spangler, Todd, *Super Bowl 50: Facebook, Twitter Activity Drops Steeply Versus Last Year*, disponible en: <http://bit.ly/2mZEKuG>, consultado el 22 de marzo de 2017.

TBWA, *Europe is just de next door*, disponible en: <http://bit.ly/1hBdoH2>, consultado el: 24 de mayo de 2014

*Televisión y las redes sociales generan un nuevo perfil de 'usuarios televidentes'*, disponible en: <http://bit.ly/2by6tQD>, consultado el: 10 de abril de 2016

*Tras acusaciones de censura, Raúl Cremoux deja la dirección del Canal 22*, disponible en: <http://goo.gl/s3Hqdt>, consultado el: 15 de marzo de 2016

Vázquez, Rubén, *5 razones de por qué los millennials no ven televisión*, disponible en: <http://bit.ly/1lKECEr>, consultado el: 26 de noviembre de 2015

Villamil, Jenaro, *Denuncian censura y "acoso editorial" en Canal 22*, disponible en: <http://goo.gl/CqrY8M>, Proceso,\_, consultada el: 11 de agosto de 2015

Villamil, Jenaro, *Televisión para jodidos*, Proceso, 19 de marzo de 2013, disponible en: <http://goo.gl/i4sGDc>, consultado el: 20 noviembre de 2014

## Hemerografía

Cabrera, José. (2004). Los hábitats digitales de la convergencia en televisión: ¿un retomo a la investigación del medio?, *Nómadas*, (21), 152-161.

Tubella, Imma., C. Taberner & V. Dwyer (2007). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: UOC, Ariel, Catalunya.

## Conferencias

Ferrer, Alberto. (2015). *La Televisión Iberoamericana ante el reto digital*. Mesa de análisis, Segundo Encuentro Internacional de la Televisión Pública, Canal 22.

Gutiérrez-Rubí, A. (2015). *Multipantallas y Multiaudiencias: Retos para la televisión*. Conferencia, Segundo Encuentro Internacional de Televisión Pública, Canal 22.

Ramírez, Mónica. (2014). *Los Retos de los Medios Públicos*. Conferencia, Primer Encuentro Internacional de Televisión Pública, Canal 22.

## **Entrevistas**

Saavedra, Luciano. (2014). *Canal 22 frente a los retos tecnológicos*. Canal 22.