

**CONVOCATORIA A PUBLICAR ENSAYOS DE DIVULGACIÓN**

Tensiones, transformaciones y desafíos de los medios públicos en la era digital

Segundo semestre 2026**Fecha límite de recepción de ensayos de divulgación: 22 de octubre de 2026**

Coordinadora invitada:

Dra. Patricia Ortega Ramírez

En el actual contexto digital, caracterizado por la presencia dominante de plataformas con una amplia y diversa oferta de contenidos y servicios, resulta pertinente preguntar: ¿son necesarios los medios públicos? La respuesta, sin lugar a dudas, es afirmativa; pero, a su vez, conduce a la reflexión crítica y multidimensional sobre la significación que hoy adquiere lo público, entendido no como un concepto unívoco, sino como construcción histórica, política, cultural y comunicacional en constante disputa.

Desde esta perspectiva, es importante revisar qué función han tenido los medios públicos en distintos ámbitos locales, nacionales y globales. ¿Cómo están afrontando las profundas

transformaciones que ha generado la conversión a plataformas en lo que se refiere a la visibilidad, circulación y consumo de contenidos?

Frente a la opacidad de los algoritmos, fragmentación de audiencias, desinformación, subordinación de los mensajes a métricas comerciales y modelos de negocio basados en datos, atención y rentabilidad, ¿es posible construir valor público en el entorno digital? ¿Pueden los medios públicos fortalecer su presencia sin renunciar a principios fundamentales como pluralidad, independencia editorial, autonomía de gestión, participación social, transparencia y respeto a los derechos humanos?

Esta convocatoria no busca dar respuestas únicas y definitivas, sino promover el debate informado, la reflexión crítica y la imaginación colectiva sobre la utilidad social, estética y creativa en el quehacer presente y futuro de los medios de comunicación pública. Entendemos que no se trata sólo de incorporar las tecnologías o colocar y distribuir contenidos en la red, sino de construir formas de relación más horizontales e interactivas con las audiencias.

En un mundo digital en constante crecimiento, desigual e interconectado, pensar en la pertinencia y necesidad de medios no comerciales implica también reflexionar las condiciones que posibilitan una comunicación más democrática, plural, incluyente y socialmente relevante. Por ello, invitamos a analizar los desafíos de la gestión, el financiamiento y la sustentabilidad económica de los medios públicos en contextos de precarización institucional, presiones políticas y competencia con las grandes corporaciones mediáticas y tecnológicas. Es indispensable debatir qué modelos de gobernanza, evaluación, transparencia y rendición de cuentas pueden fortalecer su función democrática.

Proponemos examinar el origen, la evolución y transformación de los medios públicos, tanto en México como en América Latina, Europa y otras regiones del mundo. Se podrán ensayos de divulgación a partir de estudios de caso, reflexiones teóricas, estudios empíricos y experiencias profesionales, así como otras opciones que permitan comprender las tensiones entre los medios públicos, estatales o gubernamentales, y las condiciones institucionales, políticas, económicas y culturales que posibilitan o limitan su independencia editorial, su legitimidad social y su capacidad de generar valor público. También recibiremos contribuciones que analicen experiencias de participación ciudadana, co-creación de contenidos, innovación narrativa, diversidad cultural e interacción con las audiencias.

La creatividad e innovación son tareas esenciales en el quehacer de los medios públicos; sin embargo, estas adquieren sentido cuando inciden de las siguientes maneras: amplían y refuerzan la libertad de expresión, el derecho a la información y los derechos de las audiencias; ofrecen información confiable, plural y basada en la investigación de los hechos; promueven la participación social, generan espacios de diálogo con la ciudadanía y narrativas originales de entretenimiento; en síntesis, cuando generan valor público. Sin embargo, para desarrollarse, la creatividad y la innovación requieren de independencia, estabilidad económica y continuidad en los proyectos.

Proponemos los siguientes ejes temáticos:

- Medios públicos, democracia y construcción de ciudadanía.
- Gobernanza, consejos ciudadanos, defensorías de audiencia y rendición de cuentas.

- Medios públicos, cultura, ciencia y memoria social.
- Valor público y nuevas formas de relación con las audiencias en el entorno digital.
- Medios públicos, plataformas, redes sociodigitales y algoritmos: desafíos y limitaciones.
- Creatividad e innovación de contenidos en los medios públicos.

¿Cómo colaborar?

La *Revista Mexicana de Comunicación* admite colaboraciones para evaluación y eventual publicación bajo la modalidad de **ensayos monográficos** o de **ensayos críticos** sobre los ejes temáticos de esta convocatoria.

Entendemos que el **ensayo monográfico** es un trabajo de síntesis cuyo objetivo es difundir una aproximación temática con sustento en el conocimiento del campo, así como en la caracterización de casos o ejemplos concretos. Son textos expositivos que sitúan, clasifican o interpretan sus propuestas temáticas para identificarlas, señalarlas, perfilarlas o explicarlas.

Por su parte, entendemos por **ensayo crítico** un texto argumentativo que, además de documentar e informar sobre el asunto de su interés, plantea una postura, una interpretación o una problemática a partir de la reflexión propia. Puede constituir un primer acercamiento a una propuesta de investigación que se emprenderá posteriormente con mayor profundidad.

En cualquiera de los casos, el propósito del dossier monotemático de ensayo es aproximarse a la actualidad del tema para divulgar los enfoques y saberes que contribuyen a explicarlo y comprenderlo.

La *Revista Mexicana de Comunicación* **no publica artículos de investigación, sino ensayos de divulgación** pues se trata de un medio de socialización y reflexión del conocimiento producido en el campo al que se adscribe. Su propósito es brindar textos monográficos y argumentativos, adecuadamente fundamentados y documentados, que vuelvan asequible y accesible el conocimiento especializado en su materia. Es posible contribuir con escritos divulgativos en que den a conocer esfuerzos de investigación propios o aquellos realizados por otras personas investigadoras.

Esta convocatoria también estará abierta a la recepción de colaboraciones para las secciones de Reseña, Entrevista y Visuales. Recibimos reseñas de libros, volúmenes de revistas, artículos de investigación, foros o mesas, así como entrevistas con personas profesionales, expertas o especialistas. Del mismo modo, la revista publica foto-ensayos, reportajes fotográficos, visualizaciones o discursos visuales o audiovisuales sobre la temática de la convocatoria.

Los ensayos serán dictaminados a doble ciego en caso de que cumplan con los requisitos formales y de contenido de la RMC. Por su parte, las reseñas, las entrevistas y los discursos visuales serán revisados directamente por los editores de nuestra publicación.

Invitamos a investigadores, docentes, profesionales de la comunicación y de la imagen, editores, divulgadores, así como a estudiantes de licenciatura y posgrado a enviar propuestas de colaboración hasta el **22 de octubre de 2026**

Fecha límite de recepción de propuestas: **22 de octubre de 2026.**

Envío de colaboraciones al siguiente correo: rmc@cua.uam.mx

[Consulta aquí las normas de estilo de los ensayos, reseñas y entrevistas para colaborar con la RMC](#)