

Modelo Pedagógico para la Apropriación Ciudadana y la Divulgación
de la Televisión Digital Terrestre

Documento elaborado por

Coordinación de Contenidos de la Autoridad Nacional de Televisión

ANTV

V3.1 - Marzo 11 de 2019

Tabla de contenido

1.	Introducción	7
2.	Estado del arte: Estrategias MUNDIALES para el fortalecimiento de uso y apropiación TDT	9
2.1	Países con baja penetración de TV por suscripción al inicio de la digitalización	10
2.2	Países con alta penetración de TV por suscripción al inicio de la digitalización	10
2.3	Estrategias y mensajes clave en algunos casos de transición digital	11
2.3.1	Estrategias	11
2.4	2.3.2 Mensajes claves recomendados	17
2.5	Ejes de las campañas realizadas en el mundo, en economías similares a la colombiana:	20
2.6	Algunas propuestas para fortalecer la apropiación de la TDT en Colombia	21
3.	El Caso Colombiano: La Transición TDT	21
4.	Modelo Pedagógico para la apropiación ciudadana y la difusión de la TDT en Colombia	25
4.1	Aspectos conceptuales	25
4.2	Clasificación de modelos pedagógicos	28
4.3	Modelo pedagógico propuesto	35
4.3.1	Dimensiones del Modelo Pedagógico	40

4.3.2	Actores propuestos para el despliegue del Modelo Pedagógico	43
5.	Creadores y Proveedores de Contenidos	48
5.1	Dimensión social: productores independientes, generadores de audiovisuales para la web (youtubers, bloggers)	50
5.1.1	Actividades y procesos propuestos	52
5.2	Dimensión tecnológica: Productores independientes. Generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers). Canales privados y locales que no están en señal abierta	58
5.2.1	Actividades y procesos	59
5.3	Dimensión Contenidos: realizadores audiovisuales y generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers)	64
5.3.1	Actividades y procesos propuestos	65
6.	Comunidades Educativas	69
6.1	Dimensión social: Estrategias propuestas para instituciones de educación básica	72
6.1.1	Actividades y procesos a desarrollar con Docentes	73
6.1.2	Actividades propuestas para el trabajo con niños y jóvenes	82
6.2	Dimensión tecnológica: Estrategias propuestas para programas de formación técnica y tecnológica	86
6.2.1	Actividades y procesos propuestos	88
6.3	Dimensión Contenidos: Instituciones y programas de educación superior	89
6.3.1	Actividades y procesos	91
7.	Actores Estatales	102

7.1	Dimensión social: ANTV, Mincultura, Mineducación, Cámaras de Comercio, Gobernaciones y Alcaldías	105
7.1.1	Actividades y procesos propuestos para el abordaje de los temas y contenidos.	106
7.2	Dimensión tecnológica: MinTIC, CRC, ANE, ICONTEC, RTVC[2]	107
7.2.1	Actividades y procesos propuestos para el abordaje de los temas y contenidos.	108
7.3	Dimensión Contenidos: MINTIC, ANTV, Mincultura, Gobernaciones y Alcaldías	109
7.3.1	Actividades y procesos	110
8.	Hogares y Consumidores finales	111
8.1	Dimensión social: Padres, tutores, y niños	113
8.1.1	Actividades y procesos propuestos	113
8.2	Dimensión tecnológica: Jóvenes entre los 12 y los 18 años	114
8.2.1	Actividades y procesos propuestos	115
8.3	Dimensión Contenidos: Hogares y consumidores finales	116
8.3.1	Actividades y procesos propuestos	117
9.	Gremios y Asociaciones	118
9.1	Dimensión social: Redes de padres, ONG, Fundaciones empresariales, ASOCAJAS, ANDI, Fenalco	120
9.1.1	Actividades y procesos propuestos	123

9.2	Dimensión tecnológica: ACIEM, Consorcio canales de privados, ASOTIC, ANDI, Fenalco	124
9.2.1	Actividades y procesos propuestos	125
9.3	Dimensión Contenidos: Asomedios, ANDI	126
9.3.1	Actividades y procesos propuestos	127
10.	Canales de televisión abierta y radiodifusión TDT	128
10.1	Dimensión social: Directivos, personal y contratistas de los canales	129
10.1.1	Actividades y procesos propuestos	131
10.2	Dimensión tecnológica: Técnicos e ingenieros de los canales	132
10.2.1	Actividades y procesos propuestos	133
10.3	Dimensión Contenidos: Productores y realizadores de contenido	134
10.3.1	Actividades y procesos propuestos	135
11.	Distribuidores y Retailers	136
11.1	Dimensión social: Propietarios, directivos y empleados de comercio de tecnología	138
11.1.1	Actividades y procesos propuestos	139
11.2	Dimensión tecnológica: Importadores, distribuidores y vendedores. Instaladores, reparadores. Vendedores y promotores.	140
11.2.1	Actividades y procesos propuestos	141
11.3	Dimensión Contenidos: Vendedores y promotores	142

11.3.1	Actividades y procesos	142
12.	Comunicadores, Influenciadores y Publicistas	144
12.1	Dimensión social: Colectivos de comunicación comunitaria y líderes sociales. Celebridades de farándula, deporte y vida social, influenciadores en redes sociales, líderes de opinión.	146
12.1.1	Actividades y procesos	147
12.2	Dimensión tecnológica: Periodistas y expertos especializados en temas tecnológicos.	149
12.2.1	Actividades y procesos	150
12.3	Dimensión Contenidos: Emisoras y periódicos locales, periodistas regionales y nacionales, creativos e infografistas en las agencias de publicidad. Directores y creadores de medios (programas, canales).	151
12.3.1	Actividades y procesos	152
13.	Bibliografía	153

Introducción

La digitalización de la televisión abierta terrestre es un proyecto mundial en el que todos los países se encuentran en transición hacia ella, o la concluyeron recientemente.

La propuesta, lanzada en el Reino Unido en los años 70, buscaba aprovechar las grandes ventajas que brinda una señal digital compuesta por datos discretos y no por los infinitos valores de una onda analógica. La principal ventaja, derivada de la posibilidad de comprimir dichos datos, es la menor ocupación de espectro electromagnético, el más preciado y escaso recurso de los Estados.

Al liberarse espectro para otros servicios en crecimiento, especialmente para la telefonía móvil y para el internet, ofrecido por los servicios celulares, la digitalización se convirtió en una apuesta económica que rápidamente se transformó en tendencia global. Colombia comenzó a prepararse desde el 2008 para hacer parte de esta transformación y desde el 2012 empezó a implementarse la televisión digital terrestre (TDT). Hoy el país tiene una cobertura cercana al 90% de la población y con fecha para el cese de señales analógicas propuesta para diciembre de 2019.

Más allá de la ventaja económica de la liberación de espectro, la Televisión Digital Terrestre (TDT) conlleva enormes ventajas sobre la analógica, que ya son aprovechadas en los setenta países que completaron la transición: mayor calidad, más espacio para señales en alta definición (HD), con mejor sonido, posibilidades de interactividad, más canales de información que pueden ser aprovechados para radio, texto, datos, y lenguaje de señas. La TDT constituye una de las bases de las comunicaciones en Europa, Norteamérica y buena parte de Asia, permitiendo la difusión de una oferta de contenidos públicos y con una variedad de señales privadas.

En Colombia, la alta penetración de la TV por suscripción opacó el entusiasmo ante la llegada de la TDT, lo cual ha hecho que el proceso de apropiación social de esta tecnología sea mucho más lento y limitado que los avances en el despliegue tecnológico. , Corresponde ahora llevar a la población el conocimiento sobre la TDT, sus ventajas económicas y técnicas, y divulgar la programación de contenidos tanto públicos como privados; con lo que se elevará su apropiación y consumo; es el momento de la promoción de la TDT como parte inherente a la cultura audiovisual en el país.

Por eso, para la Autoridad Nacional de Televisión, como parte de su plan de acción y de sus objetivos misionales, es de suma importancia replantear los procesos de difusión de las ventajas de la TDT y articular fuerzas interinstitucionales alrededor de la inminencia del apagón analógico.

Las actividades propuestas a continuación tienen un objetivo claro: llevar la televisión abierta y gratuita a todos los colombianos, con una estrategia que muestre su pertinencia de sus contenidos como espacio cultural donde los colombianos pueden verse y expresarse; que se apropien de sus ventajas, la utilicen para el empoderamiento de sus comunidades y se fomente una industria audiovisual nacional de contenidos que supla las necesidades de comunicación, identidad, pluralismo y libertad de expresión.

Estado del arte: Estrategias MUNDIALES para el fortalecimiento de uso y apropiación TDT

La implementación de la Televisión Digital Terrestre en el mundo es un proceso aún en marcha. 70 países, precedidos por Luxemburgo, efectuaron ya el cese de señales analógicas, conocido como *digital switchover* (apagón analógico, o encendido digital), siendo México el único latinoamericano; 38 países, incluida Colombia, avanzan por diferentes etapas de la transición, y otros más no han comenzado o tienen sus procesos paralizados (ITU, 2017; Wikipedia, 2018).

En los que ya terminaron la implementación de la TDT, ha sido evidente la heterogeneidad de las estrategias para implementar esta nueva tecnología de transmisión y recepción, pero aún más diversos han sido los enfoques tomados en cada país sobre cómo promocionar, fomentar y generar una adecuada apropiación del nuevo sistema entre la población, condicionando al cumplimiento de una serie de metas y requerimientos el cese definitivo de las señales analógicas.

Basados en la necesidad de garantizar la libertad de información para todos los ciudadanos, Colombia ha combinado desde 2012 la implementación tecnológica de la TDT en el territorio nacional, a través de ambiciosas metas de cobertura, con algunas actividades y estrategias de socialización, capacitación y apropiación.

Hoy la marca TDT y su significado tienen sentido para un gran porcentaje de la población; no obstante, habiéndose iniciado el 2019, año determinado por la ANTV como límite para el cese de señales analógicas (ANTV, 2016), deben redoblar los esfuerzos, para que toda la población colombiana esté al tanto del cambio que está aquí, y de las ventajas que aporta.

El modelo pedagógico que estamos presentando apunta a unas estrategias de apropiación de TDT 2019, que tienen en cuenta las experiencias y los resultados logrados en países que avanzan o que completaron su proceso; se hace una reseña de los mensajes clave implementados y de los canales de comunicación que usaron en cada situación.

Países con baja penetración de TV por suscripción al inicio de la digitalización

En países como Francia, Japón y España, al llegar la digitalización existía un ecosistema fundamentado principalmente en la TV abierta, con una baja o media penetración de la TV por suscripción, por lo que la digitalización no tuvo que enfrentar el obstáculo extra de convencer a la gente de acceder al *broadcasting* por aire, como alternativa a la tv paga.

El ejemplo español, aunque es mencionado con frecuencia en Colombia, presenta la particularidad de responder a un país con dinámicas muy distintas en su sistema televisivo. Allí, la inmensa mayoría de la TV paga se emitía por aire y, por tanto, la transición fue sentida por la población en general como una necesidad.

En los países europeos suele existir TDT paga, basada en emisión encriptada de canales, que se conjugan con señales abiertas, casi siempre estatales.

Países con alta penetración de TV por suscripción al inicio de la digitalización

La penetración de la TV por suscripción es un factor que juega en contra de la rápida apropiación de la TDT, que sería ideal lograr en algunos sectores de la población, como ha sucedido en Estados Unidos, Argentina o Brasil. En dichos países la promoción entre la población se basó en resaltar las ventajas de la TV digital, especialmente en la calidad y la interactividad que brinda el estándar HBBTV (Televisión de Emisión Abierta y Banda Ancha, por sus siglas en inglés), tecnología que permitiría articular un canal de doble vía (Internet) a la emisión televisiva.

Sin embargo, en ninguna parte esta penetración de la TV por suscripción es total, ya que siempre existe una parte considerable de la población cuyo principal medio de acceso a la TV es la antena aérea y su forma de consumo televisivo es la televisión abierta. Estos sectores

de la población resultan prioritarios en el esfuerzo pedagógico que plantea este documento, teniendo en cuenta que en el nuevo panorama del ecosistema audiovisual debe darse un adecuado balance entre la TV abierta, la TV por suscripción y las plataformas de video a la carta (VOD, por las siglas de *Video on Demand*).

Estrategias y mensajes clave en algunos casos de transición digital

Estrategias

Argentina

Argentina tuvo un proceso de apropiación de la TDT fuertemente ligado a la promoción de la televisión pública. La creación de más de diez canales públicos como una apuesta estatal decidida se denominó TDA, *Televisión Digital Abierta*, en total coherencia con el nombre de campaña de promoción y apropiación de la TDT.

Los siguientes spots televisivos muestran cómo la punta de lanza de la promoción de la TDT en Argentina fueron los contenidos de la TV pública: “más diversa, más plural”, vinculados con los requisitos tecnológicos para la recepción, la cobertura de todo el territorio y la calidad del audio y el video:

<https://www.youtube.com/watch?v=zibwm7dRZm8>

<https://www.youtube.com/watch?v=2rhCijO8hAo>

En este país fue fundamental la participación del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales –INCAA– en la producción de 230 horas de contenidos para su difusión

pública. La articulación entre entidades responsables de la implementación de la TDT y otras enfocadas en el fomento de la industria audiovisual, permitió crear una oferta variada y de calidad, lo cual fue el garante para atraer a los ciudadanos y hogares al cambio.

La TDA o servicio de TDT argentino, se complementó con servicios satelitales del tipo Direct to Home o DTH, que el cual envía señales desde el satélite hasta el usuario, con una señal gratuita abierta a las regiones donde, por motivos geográficos, no es viable la cobertura con antenas terrestres. Esta solución se ha planteado también en Colombia y otros países, bajo un esquema llamado DTH social

Australia:

Las campañas, agrupadas en la iniciativa Retune Digital, hicieron énfasis en la inminencia del apagón y la necesidad “natural” de hacer la transición en los hogares. Como puede notarse en los siguientes enlaces, empresas privadas y sector público se alinearon para aprovechar las oportunidades del cambio tecnológico; el primer enlace corresponde a una empresa de instalación de TV, y el segundo a un spot televisivo sobre el apagón analógico:

<https://www.tvmagic.com.au/digital-tv-retune>

<https://www.youtube.com/watch?v=hg8olcdz1tE>

La enorme extensión del país y otras características geográficas y demográficas permitieron que se mostrara la TDT como una necesidad de cobertura con interactividad y como un importante énfasis en la construcción de servicios gubernamentales y privados a distancia.

Los mensajes de los tutoriales en video, sobre aspectos técnicos de instalación, uso y servicios de la TDT, se mantuvieron alineados con la idea central de la campaña, sobre la necesidad, la urgencia y la conveniencia de la TDT. Las empresas de instalación de los equipos tecnológicos se aliaron con esta campaña, como se aprecia en el siguiente ejemplo:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=zGj4Tq7cNH8

Brasil

La digitalización estuvo impulsada y coordinada por Seja Digital, entidad de carácter no gubernamental muy similar a Impulsa TDT de España, y creada por el regulador de telecomunicaciones brasileño, Anatel.

El proceso de transición brasileño duró 9 años. Antenas y decodificadores fueron subsidiados para las personas de menores recursos, que hicieran parte del Programa Bolsa Familia. En su sitio web puede verse la difusión en medios públicos de las ventajas, condiciones y requerimientos para la mudanza a lo digital:

<http://abcine.org.br/site/tv-digital-tire-suas-duvidas-sobre-as-mudancas-no-sinal-analogico/>

Los canales privados se encargaron de sus propias campañas para apoyar la transición, permitiendo que la marca de la TV Digital no fuese relacionada únicamente con el Estado, sino con todo el sistema de medios de comunicación de acceso abierto. Los mayores canales del sector se unieron en la promoción, como ocurrió con la campaña *Ressintonize*, de TV Record y Seja.

Chile:

En este país, con una alta penetración de servicios por suscripción y con poca tradición de TV pública, el mensaje central de las campañas oficiales fue “La TV digital está aquí, prepárate para recibirla”. El mensaje fue replicado por organizaciones no gubernamentales, como la de la Asociación Nacional de Televisión, como se muestra en el siguiente spot:

<https://www.youtube.com/watch?v=eYKnHze4Q0M>

En medios sociales y canales de TV del país se lanzaron videos instructivos sobre la naturaleza del cambio y la instalación de decodificadores y antenas, pero eran materiales muy técnicos y con poca intención pedagógica. Se usó el formato tutorial, con las ventajas del paso a paso, como se observa en el siguiente spot:

<https://www.youtube.com/watch?v=aMJew2jTafc>

Francia:

Este país realizó la transición en un tiempo récord de tres años; centró su campaña de apropiación en la alta definición y la mejor calidad de imagen y sonido. Las condiciones sociales de alta valoración y consumo de la televisión pública, y el ecosistema audiovisual francés de la industria de contenidos, permitieron una fácil apropiación de la nueva tecnología TDT.

El spot publicitario que se enlaza a continuación permite ver el énfasis tecnológico, en la calidad de imagen y video, y el esfuerzo en dar a entender a las personas los principios de la transmisión digital y sus diferencias con la señal analógica:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=23&v=MDjVr9RXtiE

México:

Los mensajes de este país se centraron en campañas basadas en spots promocionales que hicieron énfasis en el apagón analógico; los siguientes spots televisivos corresponden a estas campañas, que resultan más informativas que pedagógicas, y presentan una estructura didáctica insuficiente:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZkRTF1vIPkY>

En las piezas se usó generalmente la sigla TDT cerca de la expresión *Televisión Digital Terrestre*, para mantener en la mente del público la identidad de estos conceptos. Las campañas más recordadas son las generadas por los canales privados como TV Azteca, del que se puede apreciar un ejemplo en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=JC87Zi7kWOs>

Nueva Zelanda:

El proceso fue conducido por la empresa Going Digital, sin ánimo de lucro, creada por el Estado para coordinar y ejecutar la implementación de la TDT. Se hizo énfasis en la disponibilidad de ayuda y acompañamiento para la transición (instalación de equipos y capacitación en el hogar). También se incluyó una línea gratuita, y correos físicos y electrónicos para dar trámite a las solicitudes de asesoría.

Reino Unido

Este país cuenta con la mayor tradición televisiva; el plan de transición, coordinado por la empresa Digital UK, se denominó *Digital Switchover Programme*.

Entre las muchas actividades, se incluyeron materiales con instrucciones específicas y una oferta de soporte y apoyo técnico continuo, al cual se podía acceder mediante las líneas gratuitas y los medios sociales.

Las campañas con spots fueron realizadas claramente en clave de humor, para generar empatía y transmitir de un modo amable la inminencia de la transición, como puede verse en los siguientes ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=3ggn2orAwUk>

<https://www.youtube.com/watch?v=mWM3KuXidrA>

Singapur:

Mediacorp, empresa de medios públicos del país, coordinó el proceso de transición a la TDT basándose en un sistema de atención y apoyo constante desde líneas telefónicas, visitas presenciales, el sitio web, y un voluntariado para ayudar a los adultos mayores. La campaña, denominada Digital TV, entregó toda la información desde su página Web, tanto para el acompañamiento (incluida una línea telefónica gratuita de apoyo) como para brindar asesorías en los aspectos técnicos y de compra que requirieron los ciudadanos, tal como se observa en el siguiente enlace:

<https://www.digitaltv.sg/>

La campaña recurrió al humor en sus *spots* (en las tres lenguas oficiales del país), como aparece en estos ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=TNNSKVq8H7k>

<https://www.youtube.com/watch?v=IOgfivK6luk>

De esta campaña resulta interesante destacar:

El impacto de la transición hacia la TDT en la cotidianidad de las personas.

Las desventajas que supone quedarse atrás en la transición. Se presenta el paso hacia la TDT como una necesidad social, para estar en sintonía con los vecinos y amigos.

La participación de los mismos vecinos o conocidos es fundamental ya que son ellos quienes explican cómo y por qué hacer la transición, recurso valioso que ha sido poco usado en el proceso colombiano.

Uruguay:

Fue uno de los primeros países de América Latina en comenzar la transición y sus campañas se enfocaron en las especificidades de la imagen y el sonido, destacando sus respectivas ventajas. Se apostó por una identificación con la modernidad y el desarrollo, mostrada en el uso espontáneo del concepto “Un nuevo Uruguay” en la promoción de la TDT.

Los spots oficiales que se presentan a continuación ejemplifican ese énfasis en la modernidad y en el cambio necesario que implica la transición hacia el “futuro”.

<https://www.youtube.com/watch?v=w42K4-s4pX4>

<https://www.youtube.com/watch?v=u8bbKiuHz5w>

2.3.2 Mensajes claves recomendados

Consultoría Farncombe – GSMA (2013)

El documento de consultoría Digital Switch Over Guide, realizado por la empresa Farncombe para GSMA, una asociación global de empresas de telefonía móvil enuncia una serie de aspectos positivos que pueden ser usados como ejes en los mensajes de las campañas que promocionan la TDT ante la población en general:

Mejor calidad de imagen.

Sin suscripción

HD gratuito

Televisión digital a través de tu antena

Destacar la programación disponible en comparación con otras plataformas.

Detalles de compra y precios.

Facilidad de la instalación

Número de canales disponibles gratis.

Fecha del apagón analógico

Debes estar preparado para el apagón

Todos los televisores deben convertirse a digital

Llama a nuestro centro de información

Recomendaciones generales de la ITU basada en casos exitosos (Hungría, Brasil y Malasia)
(ITU, 2017)

Las campañas de estos países articularon la generación de un sitio web específico, con una imagen no vinculada directamente al Estado.

Las piezas promocionales y las actividades de comunicación pública fueron realizadas por agencias de comunicaciones y publicidad subcontratadas por la entidad no gubernamental.

Las agencias se encargaron de las siguientes tareas y actividades:

Diseño de un sitio web específico.

Producción de comerciales y anuncios para medios.

Operación de un *call center* continuo.

Actividades de relaciones públicas

Pauta en medios.

Se hizo énfasis en los aspectos positivos de contar con la TDT, y se refirieron al apagón analógico como una transición positiva y deseable, más que inevitable.

Se realizó una extensa campaña con pauta en medios, y con un amplio despliegue de actividades de relaciones públicas.

Se mantuvo una continua y eficiente comunicación de la entidad promotora con medios, empresas, *stakeholders* y el grueso de la población.

Para valorizar la oferta, se aseguró la interactividad desde los requerimientos técnicos, así como en la producción de los contenidos.

Buscando responder con éxito a la magnitud de la tarea, se involucraron recursos profesionales externos.

Como eje articulador de las estrategias de persuasión y apropiación para la población en general, esta consultora recomienda dos aspectos a tener en cuenta:

Mensaje central: El apagón analógico será completado en cierta fecha, y corresponde a una situación en la que todos ganan.

Ventajas: más canales que se pueden acceder sin pagar suscripción, mejor calidad de audio e imagen, guía electrónica de programación para la TV abierta, posibilidad de pausar y repetir secuencias durante la emisión, opción de candado parental, entre otras.

Ejes de las campañas realizadas en el mundo, en economías similares a la colombiana:

Promoción de la industria de contenidos públicos, para darle valor a la TV abierta.

Aumento progresivo en número y variedad de canales públicos y privados en TDT.

Imagen TDT desligada del Estado o de los entes reguladores, y convertida en una marca autónoma para uso y apropiación de la ciudadanía.

Promoción de los canales con señal digital. Los canales privados y públicos hacen sus propias campañas con su imagen de marca.

Énfasis en la inminencia del apagón analógico.

Establecimiento de canales de atención constante en *call centers* y en medios sociales.

Contenidos específicos y autónomos para medios sociales y televisivos.

Recurrir a contenidos y lenguajes en clave humor.

Incorporar a los *retailers* en la promoción de la TDT. Generar piezas informativas didácticas sobre las generalidades de la TDT para acompañar las principales exhibiciones de antenas, decodificadores y televisores.

Generar sensación de que somos una comunidad que se apropia de esta tecnología: “los vecinos ya tienen TDT y no nos podemos quedar atrás”.

Algunas propuestas para fortalecer la apropiación de la TDT en Colombia

Articular los contenidos a procesos educativos, especialmente infantiles y juveniles, para dar sentido a la expectativa de una televisión abierta más educativa.

Desplegar actividades de tipo concursos y juegos con las comunidades.

Involucrar a los canales privados y regionales para que lancen sus propias campañas.

Articular campañas en colegios y escuelas para que los niños y adolescentes impulsen la transición a la TDT en sus hogares.

Explicar claramente la complementariedad que existe entre los servicios audiovisuales abiertos y los de pago.

Es importante señalar que las narrativas sobre la implementación técnica de la TDT en Colombia han sido acordes a las experiencias y recomendaciones internacionales. En cambio, hay una gran desventaja en la programación, pues no hay suficientes contenidos diferenciales que contribuyan a la promoción de la TDT como servicio abierto deseable para la población, y que permitan hacer una promoción basada en contenidos, especialmente de proximidad (aquellos que relatan o muestran la vida cotidiana y los problemas y acontecimientos cercanos a una comunidad).

El Caso Colombiano: La Transición TDT

La historia de la implementación de la TDT en Colombia comenzó como una realidad en 2008, año en que se constituyó, por iniciativa de la extinta Comisión Nacional de Televisión (CNTV),

el consejo consultivo de TDT, organismo colegiado que estaría encargado de definir y asesorar los criterios de selección de un estándar tecnológico para la Televisión Digital Terrestre para Colombia.

Para tales fines, a través de la CNTV y del Ministerio de Comunicaciones de la época, se promovió el desarrollo de pruebas técnicas con los estándares ATSC, DVB-T e ISDB-Tb en todo el territorio nacional, lo que permitió simular sobre el terreno el desempeño de los diferentes estándares. Posteriormente se contrató un estudio sobre hábitos de consumo televisivo en Colombia (con la firma encuestadora Napoleón Franco) y un estudio sobre el impacto socioeconómico de la implementación del estándar de Televisión Digital Terrestre en Colombia, ejecutado por la Universidad de Antioquia, el cual simuló y evaluó el impacto de la implementación para cada uno de los tres estándares en Colombia.

El estudio fue calificado por diversos sectores académicos nacionales e internacionales como uno de los más completos y rigurosos que se ha realizado en América Latina, especialmente por el número de variables involucradas. Sirvió de referencia posterior para las discusiones de selección de estándar TDT realizadas en Bolivia y Chile, gracias a la difusión y apoyo brindado por la Cooperación Europa mediante el proyecto Sala +.

Finalmente, el 28 de agosto de 2009, después de diferentes retrasos y reprocesos, además de revisión de estudios y resultados de pruebas de campo, la Junta de la Comisión Nacional de Televisión decidió por unanimidad seleccionar el estándar DVB, de origen europeo, con sistema de compresión MPEG4 y plena compatibilidad técnica con la señal HD. El organismo también definió diciembre de 2019 como fecha límite para el cese de señales analógicas en el país.

El 29 de enero de 2010 comenzó oficialmente la TDT en Colombia, con la emisión de la señal digital de televisión para parte del Centro y Norte de la ciudad de Bogotá, a través de los canales públicos Canal Uno, Canal Institucional y Señal Colombia, desde la estación de telecomunicaciones Calatrava. Posteriormente, el 15 de febrero de 2010, la Junta Directiva

de la CNTV asignó las frecuencias de TDT para los canales nacionales públicos y privados, regionales y locales con y sin ánimo de lucro.

Para el segundo semestre de 2011, la extinta Comisión Nacional de Televisión decidió actualizar el estándar seleccionado para Colombia y anunció oficialmente la incorporación de DVB-T2 como el nuevo estándar para el país. Este cambio generó traumatismos, pues para ese momento muchos de los televisores que se habían vendido ya incluían la versión anterior, al igual que los primeros sistemas de transmisión adquiridos por los canales.

Con la liquidación de la CNTV y la entrada en vigencia del regulador que la reemplazaría en temas televisivos, la Autoridad Nacional de Televisión, la nueva Junta Nacional de Televisión revisó el proceso y definió algunas políticas que clasificaron y ordenaron el cronograma de migración digital, definiendo fases de transición para el despliegue de las redes tanto públicas como privadas a lo largo y ancho del territorio nacional. De igual forma se dio paso a pruebas piloto de encendido de la TDT en convenio con la Unión Europea, mediante la selección de municipios piloto en los departamentos de Cauca, Valle y Santander.

Posteriormente, la ciudad de San Andrés fue escogida como piloto de encendido digital. Allí se inició el proyecto de Territorios TDT, diseñado con el fin de articular una política social y pedagógica que acompañara la instalación física de antenas. Esta estrategia permitió entregar decodificadores subsidiados por el Estado a hogares en las comunidades más vulnerables y fortalecer así el proceso de implementación de esta tecnología.

Tanto las pruebas piloto realizadas en Santander, Valle del Cauca y Cauca, como las de San Andrés arrojaron resultados muy positivos que sirvieron para trazar la ruta a seguir durante las distintas etapas de implementación y despliegue de la TDT. El modelo de Territorios TDT desarrollado por la ANTV en San Andrés se hizo extensivo a todo el territorio nacional, llegando a diferentes poblaciones vulnerables en diferentes partes de la geografía colombiana, en donde el cumplimiento de las diferentes etapas de implementación garantizó la señal disponible.

A febrero de 2019, cerca del 90% casi el 90% de los colombianos se encuentran en zonas de cobertura de la Televisión Digital Terrestre y pueden disfrutar de este servicio, instalando simplemente una antena, un televisor compatible TDT o un televisor más antiguo con decodificador. Sin embargo, el aprovechamiento de esta nueva señal digital de televisión no es tan amplio como se esperaba entre la población, debido principalmente a que aún debe trabajarse, desde un enfoque social y pedagógico, en el engranaje principal de la implementación, que es la apropiación por parte de comunidades, hogares y, de forma tal que se fomente su uso y su disfrute, a la vez que se amplía la oferta de canales, de consumo gratuito.

Modelo Pedagógico para la apropiación ciudadana y la difusión de la TDT en Colombia

Aspectos conceptuales

No hay una única definición de lo que significa un modelo pedagógico. Autores de distintos campos de la pedagogía se han aproximado a definiciones que contemplan elementos comunes, pero difieren en la comprensión de las relaciones pedagógicas. Por ejemplo, según Loya (2008) “Un modelo pedagógico es una propuesta teórica que incluye conceptos de formación, de enseñanza, de prácticas educativas, entre otros. Se caracteriza por la articulación entre teoría y práctica, es decir, en la manera en que se abre o disminuye la relación entre una y otra y en cómo se desarrolla según las finalidades educativas” pg. 2

Esta perspectiva aporta un asunto importante en la comprensión del concepto, y es justo la inclusión de otros como formación, enseñanza y prácticas educativas. Sin embargo, todos estos conceptos parecen estar involucrados en todo proceso educativo, y por tal, no termina de quedar clara la diferencia entre lo que implica el modelo pedagógico y uno educativo.

De Zubiria (2006) dice que los modelos pedagógicos le asignan funciones distintas a la educación porque parten de concepciones diferentes del humano y del tipo de hombre y de sociedad que se quiere formar. No es posible pensar en un modelo sin dar respuestas a preguntas como: ¿qué busco con la enseñanza?, Y todo aquello relacionado con los fines y las intenciones educativas; ¿Hacia dónde voy?, revisando la manera de concatenar los contenidos; ¿De qué manera pretendo incidir en cada una de las dimensiones del ser humano?, buscando pensar en las estrategias metodológicas y las maneras de trabajar en clase. Y, por último, otro aspecto que Zubiria considera relevante en todo modelo pedagógico es el de la evaluación ¿Qué, cuándo y dónde evaluar?

La definición de De Zubiria introdujo un elemento importante para diferenciar lo que es un modelo pedagógico de uno educativo. El primero tal como lo mencionó el autor, incluye una

clara postura frente al ideal de hombre que pretende formar para la sociedad, y el segundo, no necesariamente se preocupa por definir dicha postura, ya que su principal razón es exponer la forma metodológica, operativa y paradigmática, de cómo comprenden la educación y por ende la formación de los estudiantes.

Por otro lado, el profesor Rafael Flórez (2005), establece cinco elementos claves para todo lo que implica un modelo pedagógico. “Los cinco parámetros constitutivos de toda teoría pedagógica: las metas de formación, el concepto de desarrollo, contenidos y experiencias de enseñanza, relación maestro-alumno, y los métodos y técnicas de enseñanza, se articulan coherentemente bajo la forma de un enfoque o modelo que enriquece y le da sentido pedagógico a cada estudio particular sobre la educación o sobre la resolución de problemas en la enseñanza de las ciencias”. pp.169

La definición de Flórez a diferencia de la de Zubiria, incorpora otro factor esencial para comprender el concepto de modelo pedagógico y es la relación maestro alumno. Alineados más con la perspectiva de Flórez, en este documento se comprenderá el concepto de modelo pedagógico como: la caracterización de un conjunto de acciones interrelacionadas que da una pauta clara acerca de cuál es el ideal de hombre que se quiere formar, cuáles son los métodos, las estrategias didácticas y los contenidos que deben propiciar el aprendizaje del estudiante, y un asunto determinante, es definir cómo se da la relación maestro alumno.

La siguiente gráfica permite ilustrar mejor la relación de los cinco parámetros que expone Flórez:

Componentes de un modelo pedagógico

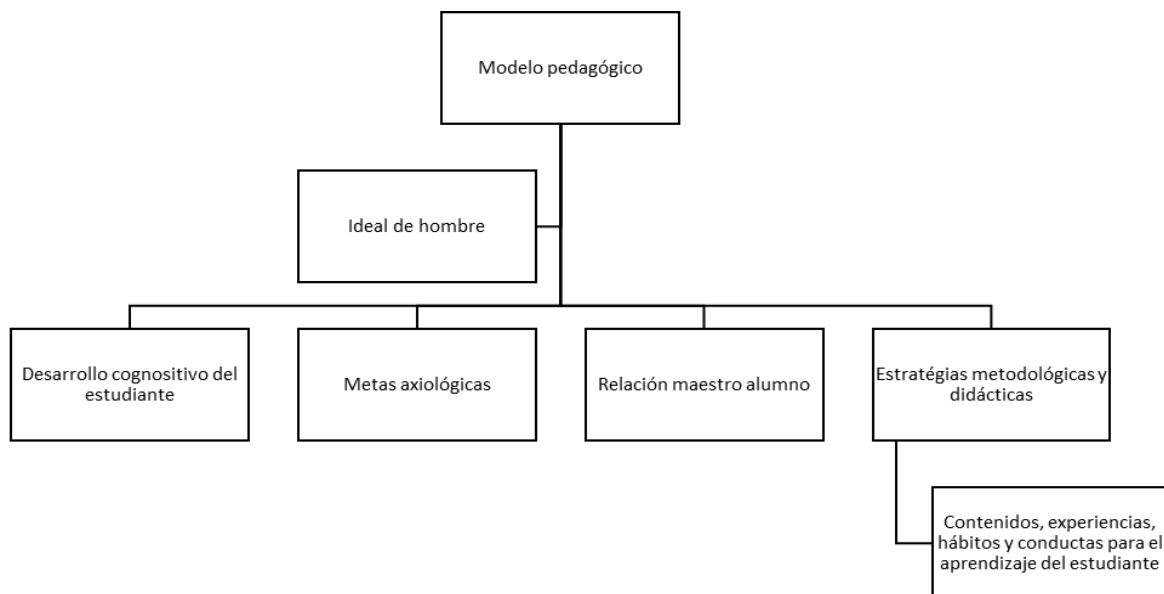


Gráfico 1: Elaboración propia¹

Ideal de hombre: cada modelo define qué tipo de hombre quiere formar para contribuir a la sociedad. Hay modelos que buscan formar a hombres aptos para el trabajo, otros buscan entregar a la sociedad ciudadanos críticos, otros solo buscan formar a hombres y mujeres libres o con desarrollo de habilidades cognitivas superiores.

Caracterización del desarrollo cognoscitivo del estudiante: aquí se expone a nivel cognitivo qué se espera que logre el estudiante. Algunos modelos parten de teorías del desarrollo del niño para definir en qué momentos o edades acompañar o enseñar algún contenido a los pequeños.

Metas axiológicas: son los principios o lo que se quiere lograr sobre algunos aspectos determinados para el comportamiento humano. Generalmente este parámetro está alineado con el ideal de hombre que se promueve en cada modelo pedagógico.

¹ La gráfica es una elaboración propia con ideas retomadas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

Relación maestro alumno: cada modelo define cómo se establece la relación entre el maestro y alumno. En algunos se establece una relación unilateral o vertical, en la que, por ejemplo, el docente es quién tiene el saber y el poder, e influye directamente sobre el estudiante; también hay modelos que piensan esta relación a la inversa, donde a solicitud del estudiante, el docente planea su actuar; y otros proponen una relación bilateral en la que tanto profesores como aprendices mantienen un equilibrio entre sus acciones y demandas.

Estrategias metodológicas y didácticas: este parámetro se define a partir de la relación maestro alumno. Si predomina el poder del docente sobre el estudiante, generalmente se emplean métodos ortodoxos, en cambio sí es el alumno quien predomina sobre el docente, se emplean métodos naturalistas o experienciales. Cuando la relación es bilateral u horizontal, se emplean diversos métodos, pero predomina aquellos que son de corte crítico o constructivista.

Contenidos, experiencias, hábitos y conductas para el aprendizaje del estudiante: este parámetro se define a partir de todo lo anterior. Inicialmente el ideal de hombre marca una pauta sobre qué debe conocer el estudiante. El desarrollo cognitivo y las estrategias metodológicas orientan cómo se debe enseñar, qué tipo de experiencias deben vivir los alumnos para contribuir a su aprendizaje.

Clasificación de modelos pedagógicos

Modelo pedagógico tradicional:

En él se buscaba formar el carácter del estudiante a través de un código curricular moral y desde la perspectiva del racionalismo académico. El aprendizaje se da por imitación y emulación del buen ejemplo.

Este método enfatiza en el enfoque transmisionista tradicional. En materia de estudio, abarca conceptos básicos de la ciencia y la cultura. Según Flórez “la escuela primaria obligatoria se centró en la transmisión de las habilidades o competencias básicas mínimas de comunicación y cálculo, para que los alumnos aprendieran a defenderse en la vida social”

El currículo es lineal y debe formar ciudadanos dentro de los deberes y derechos del estado, y la moral fijada por la religión oficial. La relación maestro alumno está ceñida a una relación vertical, los medios y los métodos más empleados son la palabra del docente, la tiza y el pizarrón. La evaluación es memorística y cuantitativa. (Gonzales, 1999).

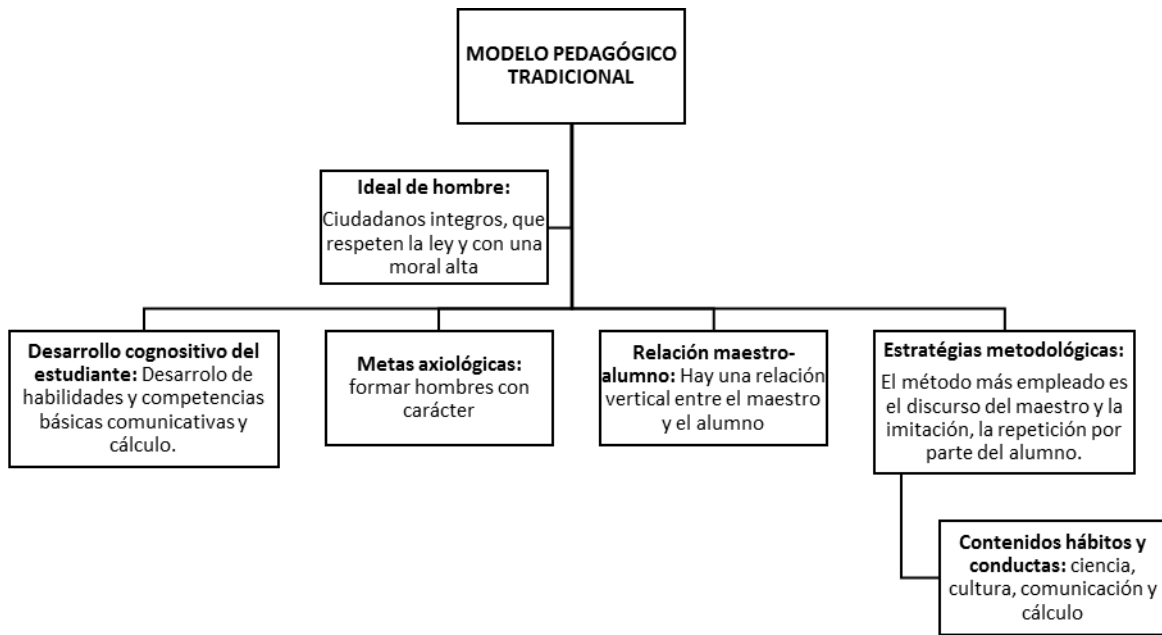


Gráfico 2 2

Modelo pedagógico conductista:

² Elaboración propia con ideas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

Se tiene un currículo más estructurado en el que el estudiante debe ir superando cada nivel preestablecido en el proceso de aprendizaje. Este modelo busca formar hombres para el trabajo, individualistas y racionales. Las teorías que confluyen en este modelo son: currículo técnico, currículo por objetivos, código curricular racional. “Todas ellas emergen de la educación de masas en el Estado capitalista moderno, quien organiza el mundo de la escuela para la capacitación ordenada de la fuerza de trabajo en relación con las necesidades de producción de la sociedad.” (Gonzales, 1999).

Este modelo se basa en los postulados de la psicología conductista, donde la práctica educativa se soporta en el reforzamiento de estímulos y respuesta, porque permite obtener resultados visibles en los estudiantes de manera efectiva y eficaz.

Por un lado, los alumnos tienen como meta obtener conocimientos, actitudes, destrezas y técnicas necesarias para ser competentes en el mercado laboral de su contexto social.

Y por el otro lado, el docente diseña sus estrategias didácticas partiendo de los objetivos planteados por el Estado. Su rol fundamental es al igual que en el modelo tradicional, ser transmisores de conocimientos, por tanto, los estudiantes solo tienen la función de retener y repetir los saberes de sus maestros.

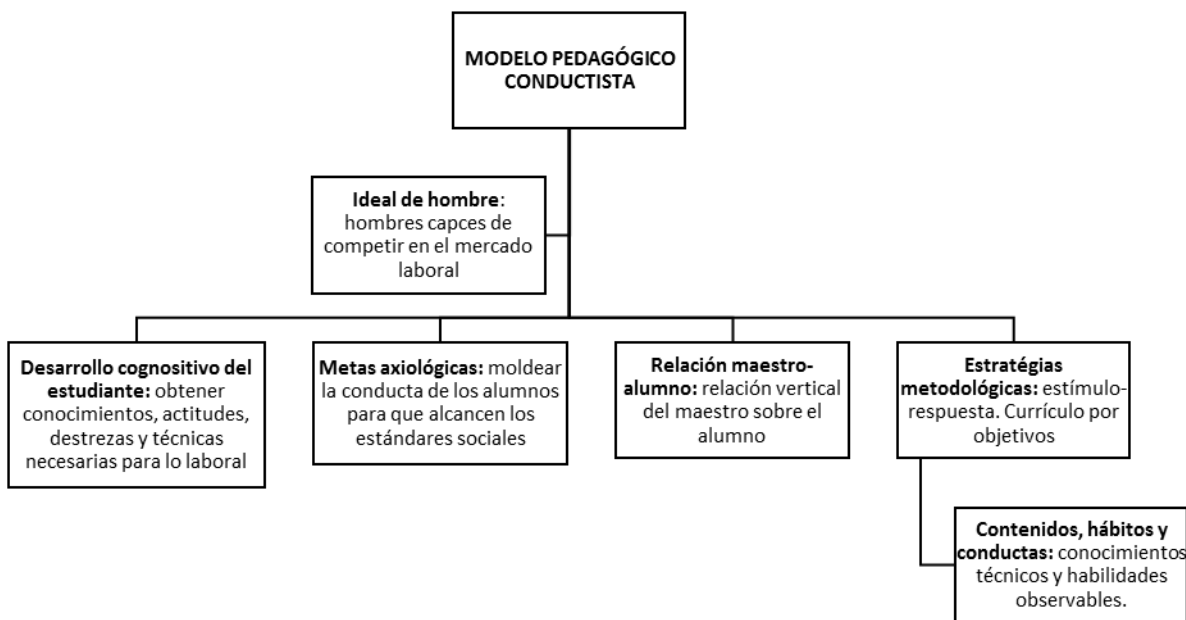


Gráfico 3 3

Modelo pedagógico cognitivista o constructivista:

En este modelo los estudiantes aprenden haciendo, se busca desarrollar en ellos un pensamiento científico a partir de sus necesidades e intereses.

“La pedagogía constructivista en su primera corriente, establece que la meta educativa es que cada individuo acceda, progresiva y secuencialmente a la etapa superior de su desarrollo intelectual de acuerdo con las necesidades y condiciones particulares” (Flórez, 2005). A diferencia de los dos modelos anteriores, este no busca que los estudiantes aprendan solo a leer, escribir y repetir lo que el docente les enseña; su característica principal radica que el alumno en la medida que avanza en su desarrollo mejore su capacidad de pensar y de reflexionar.

³ Elaboración propia con ideas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

La experiencia del alumno en este enfoque es vital, ya que de ella se desprenden las acciones metodológicas del docente. Por esto, las relaciones pedagógicas están contempladas de forma bilateral, pero será el estudiante quien marque la pauta de hacia dónde se dirige su aprendizaje, mientras que el maestro será un facilitador y estimulador de experiencias.

En esta corriente la enseñanza es basada en el descubrimiento, los alumnos realizan su aprendizaje en la medida que experimentan y consultan la bibliografía disponible, analizan la información nueva con la lógica del método científico, y deducen sus propios conocimientos. (Flórez 2009).

La evaluación es formativa y la realiza el docente durante todo el proceso de formación del estudiante.

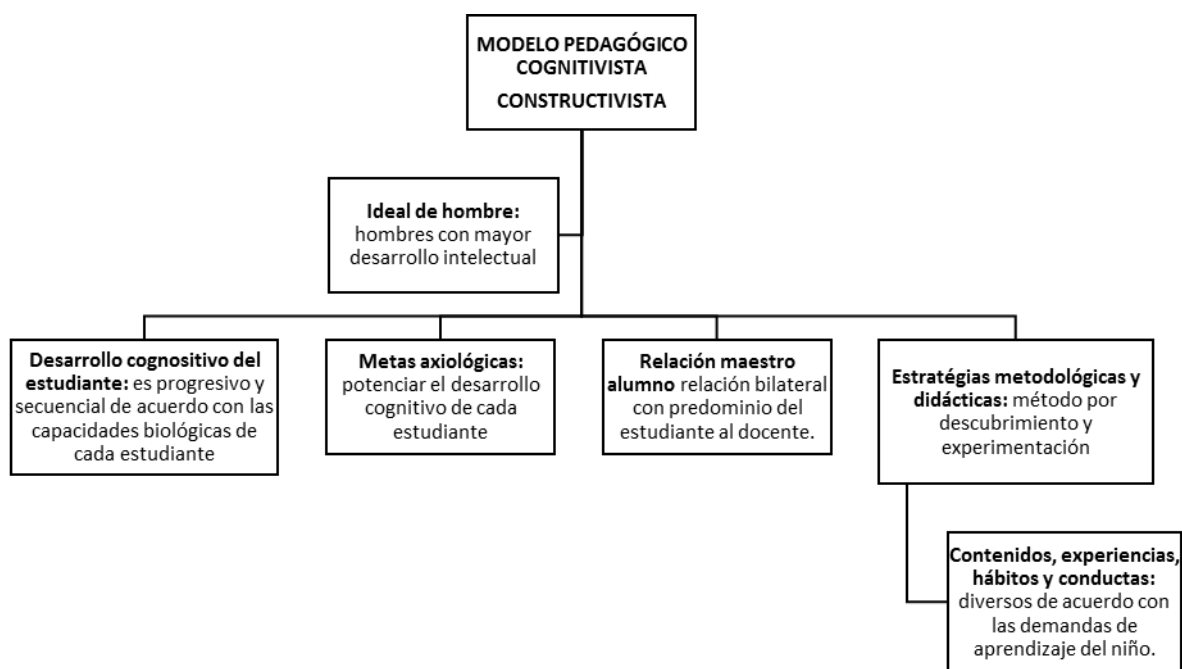


Gráfico 4 4

Modelo pedagógico social:

⁴ Elaboración propia con ideas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

Busca propiciar en los estudiantes un pensamiento crítico y reflexivo frente a las condiciones sociales, a partir del trabajo colectivo, la investigación y la creatividad. Se espera que el proceso del estudiante llegue a contribuir al desarrollo histórico-cultural.

El currículo es un programa que proporciona contenidos y valores para que los alumnos mejoren la sociedad en orden de reconstrucción social de la misma. Es un proceso de liberación constante donde hay que formular alternativas de acción a comprobar en situaciones reales. Stenhouse, (1987) lo concibe como una herramienta que condiciona el ejercicio de tal experimentación en la que el profesor se convierte en un investigador en el aula de su propia experiencia de enseñanza.

Según Gonzales (1999), “nos encontramos ante una concepción curricular más condensada donde el hacer práctico de la escuela, el aprender a pensar, el centrarse en los procesos de aprendizaje, se vierten a la transformación del mundo de la vida para el bien de la comunidad”.

En este modelo los estudiantes tienen la responsabilidad de desarrollar sus actividades escolares y el docente cumple funciones de acompañamiento, mas no de dirección. Las actividades escolares parten de la realidad, las necesidades directas de los estudiantes, y la creatividad de aquellos para dar soluciones a las mismas.

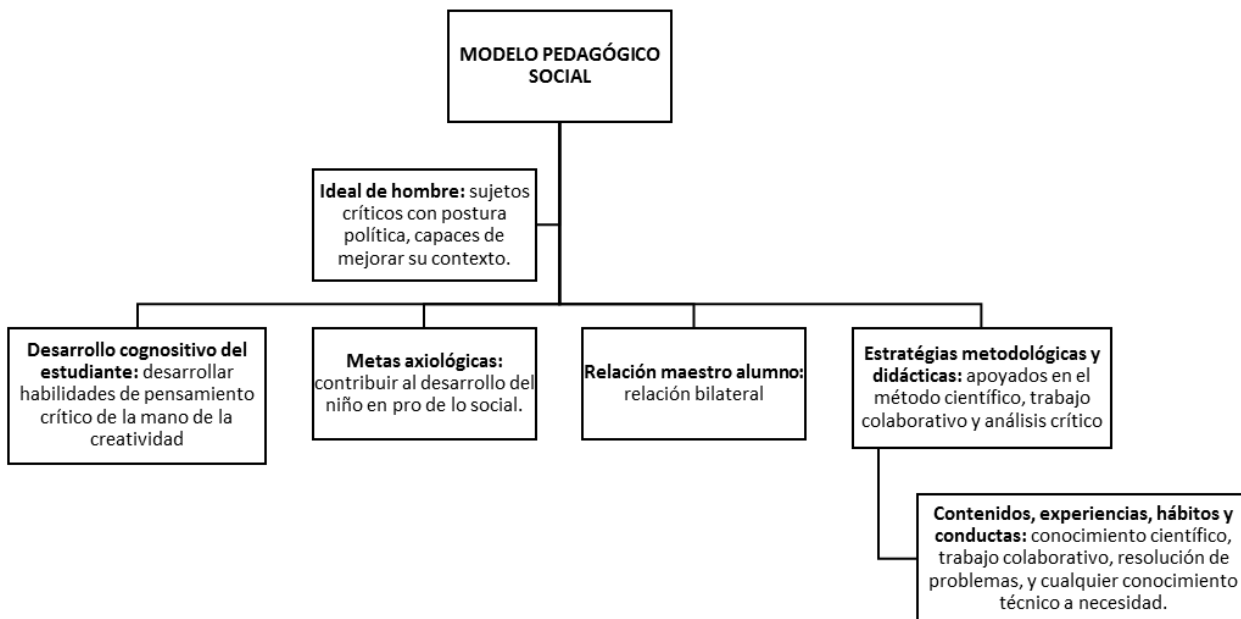


Gráfico 5 5

Modelo pedagógico Romántico:

“Este modelo pedagógico sostiene que el contenido más importante del desarrollo del niño es lo que procede de su interior y, por consiguiente, el centro, el eje de la educación es el del niño. (...) El desarrollo natural del niño se convierte en la meta y a la vez en el método de la educación”. Flórez (2005, pg. 180)

Este modelo no se interesa por entregar contenidos a los niños, por tanto, los docentes deben despojarse de su necesidad por enseñar las tablas, el alfabeto o cualquier contenido que interfiera su espontáneo y normal desarrollo.

⁵ Elaboración propia con ideas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

La prioridad es que las experiencias vitales de los estudiantes permitan el despliegue de sus habilidades intrínsecas, pero en ningún caso, éstas serán el medio o el instrumento para lograr algún objetivo académico, lo valioso es la experiencia en sí misma y no puede refutarse.

En este modelo, los maestros deben respetar la sensibilidad, la curiosidad, la exploración y la creatividad de los niños, su labor está al servicio de ellos.

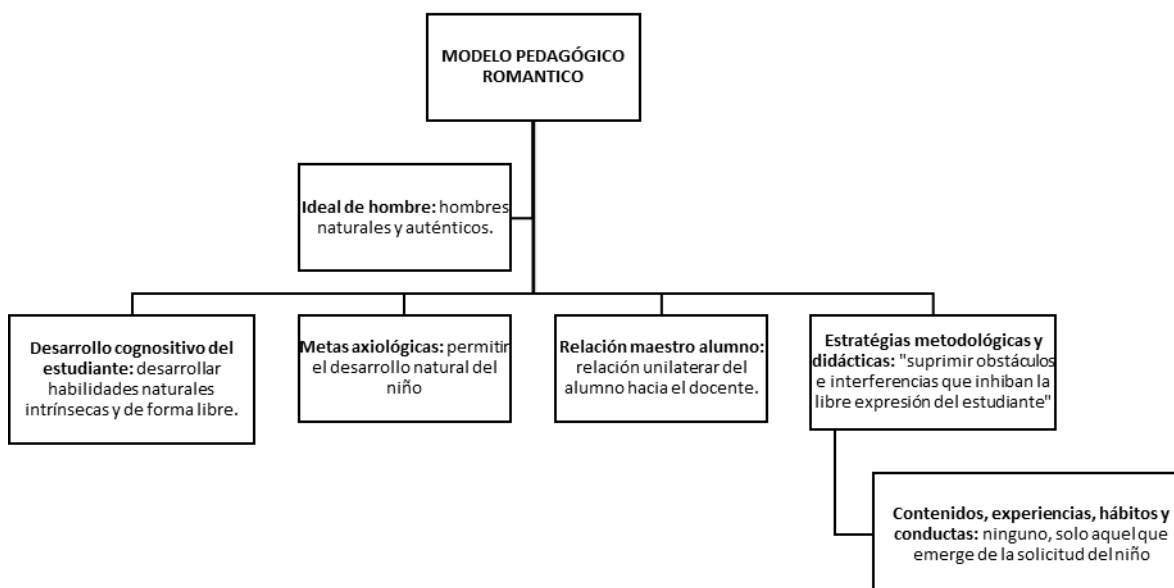


Gráfico 6 6

Modelo pedagógico propuesto

⁶ Elaboración propia con ideas de Rafael Flórez Ochoa (2005)

El modelo propuesto en este documento está inspirado en el llamado enfoque histórico cultural o socio-histórico, que se desprende principalmente del cuerpo teórico de la obra de Vygotsky (Barraza, 2002; Becco, 2011; Ivic, 1997; Mergel, 1998; Ortíz, 2009). En éste adquieren especial relevancia elementos como el desarrollo ontogenético de la mente, la naturaleza social del aprendizaje, y el rol mediador del lenguaje como instrumento para las relaciones sociales y para la organización de los esquemas interiores de pensamiento. La construcción de conocimiento es fundamentalmente un proceso inter-activo en el que los grandes protagonistas son el individuo y su entorno, entre los que se establece una relación de codependencia estructurada a partir de las operaciones que se dan en la interacción social. De esta forma, y a través del lenguaje principalmente, la mente se posiciona en función de un diálogo en el que se pasa constantemente de la interacción a la internalización, dando lugar así a la emergencia de nuevas formas de saber. Para Vygotsky el conocimiento no puede transferirse entonces. Se construye permanentemente en el lugar de esas interacciones, cuya naturaleza es decididamente social (Becco, 2011). Se plantea una pregunta a este respecto y es la de qué tipo de mecanismos o elementos son utilizados para tales formas de interacción, a lo que Vygotsky responderá que es gracias a las mediaciones que permiten los instrumentos o herramientas que estamos en capacidad de producir los seres humanos. En estos radica el poder que tiene la construcción de conocimiento para convertirse en un factor creador y transformador de la cultura y la historia (Becco, 2011; Ivic, 1997; Ortíz, 2009).

Estos instrumentos pueden bien ser herramientas técnicas, o herramientas psicológicas, como el lenguaje, que es para Vygotsky el más importante de todos ya que determina en un primer momento cómo un sujeto está en capacidad de relacionarse con el entorno, y luego es el que posibilita que esa relación se transforme en conocimiento en las interacciones con los demás. De allí la dedicación dada en su obra a la relación entre pensamiento y lenguaje, de la que resultará una visión dialéctica –o si se prefiere, dialógica- del aprendizaje:

“Utilizar nuestra creatividad e imaginación para ubicarnos en un determinado marco de referencia, y a partir de ahí establecer algunas razones que apoyen nuestra aseveración...

después de salir del marco de referencia e imaginarnos en la posición contraria, y responder a esas razones desde el punto de vista opuesto” (Becco, 2011. P, 23).

En esta descripción de la intersubjetividad se explica su lugar como elemento constitutivo de la comunicación, que, a la vez, es el proceso dominante en las interacciones que llevan al aprendizaje. En un sentido más aplicado al diseño de un modelo de formación, Vygotsky plantea la necesidad de considerar un sistema con el que pueda usarse la comunicación como mecanismo para la extensión y “refinamiento” del conocimiento, conformado por ocho grandes tipos de actividades cognitivas:

Comparación: Consiste en identificar elementos comunes y elementos únicos entre dos unidades de información. Generalmente conduce a que puedan encontrarse atributos que de otra forma no se verían.

Clasificación: Proceso mediante el cual se hacen distinciones detalladas de las características que posee un tipo de información específica. Esta actividad favorece el desarrollo de la memoria, pues para la mente es más fácil recuperar información cuando esta se encuentra organizada o segmentada por grupos.

Inducción: Proceso que permite extraer conclusiones a partir de trozos de información específicos.

Deducción: Proceso que permite desarrollar inferencias.

Análisis de errores: Consiste en determinar qué información contiene equivocaciones. Incluye la habilidad de determinar dónde se presentan prejuicios, o falacias de los siguientes tipos: de lógica defectuosa, basadas en el ataque, de referencias débiles, o de lenguaje (como sacar algo de contexto y acentuarlo con la intención de darle significado).

Apoyo: Consiste en desarrollar habilidades argumentativas, sabiendo formular un punto que, en la organización de la información, se convierta en apoyo de otro.

Abstracción: La capacidad de identificar los temas o principios que subyacen a la generalidad de la información.

Análisis de valores: Asociar la información con un rango de valores que se ubican generalmente en las categorías de positivo, negativo o neutro.

La aplicación de estas actividades debe llevar al uso significativo del aprendizaje propio de un proceso de formación constructivista. Para su desarrollo es útil que se formulen metodologías en las que se involucren procedimientos tales como:

El diseño y aplicación de tareas a largo plazo. Propender menos por la realización de ejercicios y más por la puesta en marcha de procesos.

El diseño y aplicación de tareas multidimensionales, que demanden de la puesta en juego de varias de las interacciones señaladas arriba.

El diseño y aplicación de tareas por parte de los estudiantes, para reducir el nivel de prescripción y favorecer la construcción de situaciones problemáticas.

La resolución de problemas, formulados por quien orienta el proceso, y por los mismos estudiantes.

La toma de decisiones.

La invención y la indagación experimental.

En el pensamiento de Vygotsky se encuentra también el fundamento de los principios de la *mediología*, con base en los cuales se ha propuesto una orientación teórica en la que se aborda el rol de los medios y las tecnologías de información como instrumentos de transformación cultural. Al igual que McLuhan, el socio-constructivismo de Vygotsky ve en los artefactos, técnicas y tecnologías prolongaciones del individuo a través de las cuales está en capacidad de intervenir a la cultura. Los instrumentos, *“orientados hacia el hombre mismo se utilizan para controlar, dominar y desarrollar las capacidades del individuo”* (Ivic, 1997, p. 5). En esta categoría se incluyen: la lengua, escrita y hablada los dispositivos para la

transmisión y masificación del conocimiento a través del lenguaje escrito (Galaxia Gutemberg), los rituales, los modelos de comportamiento, los sistemas de conocimientos científicos, las técnicas de memoria y pensamiento, los instrumentos que fortalecen la movilidad y la percepción humana. Siendo principalmente estos últimos, aquellos en los que concentró su preocupación McLuhan y que aquí se han denominado medios y tecnologías de la comunicación. Ivic señala que ante este inventario, entendidos todos como “extensiones del hombre”, Vygotsky y McLuhan dan mucha importancia a las consecuencias de la existencia de estos instrumentos, de la interacción con ellos, en el desarrollo de los individuos. Argumento que refuerza citando a Bacon:

“La mano y la inteligencia humanas, privadas de los instrumentos necesarios y de los auxiliares, resultan bastante impotentes. Los que fortalece su potencia son los instrumentos y los auxiliares que ofrece la cultura” (p, 7).

El concepto de “tecnología psicológica”, que remite a todos los instrumentos, aparatos o tecnologías que prestan apoyo a los procesos psicológicos, constituye así mismo la base teórica de lo que Jonaseen denominará *tecnologías del pensamiento*, o *tecnologías de la mente*, y que son el elemento central en el diseño de entornos de aprendizaje con un enfoque constructivista.

Una reflexión final sugiere que la aplicación efectiva de los principios del constructivismo presentados en este apartado está determinada por el modelo pedagógico con base en el cual se van a adelantar los procesos de formación que pretende orientar el mismo. Si bien es posible interpretar estos referentes en el diseño de una plataforma para el despliegue de cursos, o en la elaboración de un recurso de aprendizaje, el verdadero constructivismo no emerge de territorio distinto al de las interacciones que adelantan los participantes en el proceso formativo. En este sentido, la orientación instruccional de las tecnologías o de los objetos educativos con los que se trabaje, no es un factor determinante para impedir que las prácticas de formación constructivistas tengan lugar. Las herramientas en que se constituyen los contenidos audiovisuales de calidad, y los materiales de instrucción, pueden servir de forma idónea a la incorporación de tales prácticas, pero el que tengan un impacto

significativo en el desarrollo de un proceso de aprendizaje dependerá del rol que asuman los orientadores y los participantes frente al tipo de conocimiento que se quiere construir. En este orden de ideas, el modelo perfila la enunciación de tres dimensiones, para agrupar los asuntos que son constitutivos de la transición hacia la TDT, problema en el que emerge su formulación. De igual forma, se plantea una serie de actores, en atención a las coordenadas teóricas propuestas arriba, para a continuación sugerir los procesos y acciones que es posible desplegar en los escenarios que estos habitan, dando así concreción a lo que significa el modelo para cada uno de ellos. Estos aspectos se describen a continuación.

Dimensiones del Modelo Pedagógico

La importancia de avanzar hacia la implementación de un estándar de televisión digital en los servicios de televisión abierta radica principalmente en el hecho de que ésta es la de mayor acceso y cobertura en todo el mundo. Es también el escenario de innovación más destacado en los últimos años para la TV pública en todo el mundo. Le permite a la televisión radiodifundida por aire acercarse a prestaciones importantes que se encuentran en otras plataformas como la multiplicación de contenidos, la ampliación y mejoramiento de la oferta, y la interactividad. Sin embargo, la materialización de estas alternativas dependerá de las políticas regulatorias y las condiciones técnicas en las que el estándar elegido se va implementando en cada país. Resulta pertinente mencionar el papel que juegan la lógica de difusión de esta tecnología, y la condición de mercado emergente, en la implementación eficiente de la TDT. Dado que afecta al servicio de televisión abierta, los usuarios que se ven directamente (Flournoy, 2004; Grant, 2006) impactados por esta transformación son quienes no cuentan con servicios de televisión cerrada o por suscripción. Esto es, un porcentaje menor en el grueso de la población, pero que corresponde precisamente a los sectores más vulnerables y deprimidos, y en mayor medida a los habitantes del sector rural. Dado que la televisión pública es un servicio público en casi todo el mundo, la transición hacia

la TDT exige que todos los habitantes estén en capacidad de recibir el servicio, antes de hacer el paso por completo y apagar las señales de televisión analógica. A este momento se le denomina “el apagón analógico”.

El promedio estimado para esta transición se tiene estimado en diez años, y en Colombia, se proyecta esta instancia para finales del año 2019. Es un proceso complejo, pues además de lo que debe invertirse en la instalación de redes de antenas y equipos para que los canales puedan hacer sus emisiones en el nuevo estándar digital, los habitantes de los sectores que no cuentan con otro servicio de televisión deben tener televisores con receptor de TDT o cajas decodificadoras para poder seguir recibiendo la señal. Ahora, la adopción de estos dispositivos no ha sido siempre sencilla. Es famoso el caso de los Estados Unidos, dónde se tenía planeado llegar al apagón analógico en 2007, y tuvo que ser postergado hasta 2009. A pesar de que el gobierno federal subsidió los decodificadores para que los habitantes de las zonas rurales pudiesen acceder al servicio, muchos de ellos rechazaron los dispositivos tirándolos a la basura (Flournoy, 2004; Grant, 2006). Pensaban que esas cajas representaban la contratación obligada de un servicio de televisión por suscripción, ya que son decodificadores muy similares a los que instalan los operadores de televisión por cable o televisión satelital. Sólo tras la implementación de un programa minucioso de capacitación y socialización entre los habitantes del campo y los de los sectores más pobres en las ciudades, finalmente se logró una cobertura total para poder dar paso al apagón digital.

No obstante, otros sectores se vinculan y apropian de forma diferencial de esta innovación tecnológica, en tanto los procesos de sensibilización, promoción, y formación, relacionados con el impacto que la llegada de la TDT tiene en cada dimensión de la sociedad, son escasos o no han sido ampliamente desplegados. La apropiación de las innovaciones nos impone así la exigencia de ir mucho más allá de su mera difusión, lo que implica un reconocimiento multidimensional, complejo, y diverso, de los contextos en los que resulta más estratégico contribuir a la producción de conocimientos prácticos y comprensibles, a partir de los cuales se motive eficientemente que los diferentes sectores de la población colombiana, establezcan una relación más profunda y activa con la televisión, aprovechando el escenario

que propone la digitalización. Es en este sentido que el Modelo Pedagógico formulado en este documento considera tres dimensiones para su despliegue: Dimensión Social, Dimensión Tecnológica, y Dimensión de Contenidos. A continuación, se explica brevemente el sentido otorgado a cada una de ellas.

Dimensión Social

Esta dimensión agrupa todos los asuntos relacionados con la educación, la cultura, las prácticas sociales, la economía, las tradiciones y creencias, así como las expresiones del arte, en las que es posible identificar el impacto y repercusiones que subyacen a la transición hacia la TDT. Las prácticas de consumo televisivo en diferentes contextos orientan las elecciones a partir de las cuales se definen y proponen grupos poblacionales o beneficiarios, de acuerdo con cada uno de los actores incorporados en el Modelo.

Dimensión Tecnológica

Esta dimensión contiene todos los temas articulados a las implicaciones de orden técnico y tecnológico, que supone la transición hacia la televisión digital. En determinados sectores, un conocimiento suficiente, práctico, y aplicado, sobre las aristas que hacen parte de la TDT en todos los eslabones de su cadena de transmisión y recepción, resulta más que relevante: es necesario para garantizar la apropiación de esta tecnología en el grueso de la población. Se comprende entonces que es necesario promover acciones encaminadas a favorecer una “alfabetización TDT”, en aquellos grupos relacionados con procesos de orden técnico y tecnológico, claves para un despliegue exitoso de estrategias orientadas a la apropiación social de una innovación tecnológica, como es este el caso.

Dimensión Contenidos

La transición hacia la TDT supone también cambios estructurales en la oferta a partir de la cual, diferentes sectores de la población transforman o construyen su “*dieta mediática*”. Diferentes preguntas derivadas del problema de los contenidos televisivos adquieren entonces mayor relevancia. En principio, todo lo relacionado con las características y condiciones técnicas del producto audiovisual. Se comprenden como parte de esta dimensión las posibilidades ofrecidas por la convergencia, los escenarios multipantalla, y la multiplicación de canales. Finalmente, señalamos la importancia que revisten todas las reflexiones orientadas a promover la creatividad y la innovación, en el diseño de nuevas narrativas.

Estas dimensiones se operacionalizan en el Modelo propuesto, a través del perfilamiento de una serie de actores, para cada uno de los cuales se propondrán procesos y acciones estratégicas atendiendo las particularidades de cada contexto. Se reconoce que todo modelo (pedagógico o de cualquier tipo), establece una serie de posibilidades, y por lo tanto de limitaciones, por lo que su alcance nunca es ilimitado. Los actores propuestos agrupan buena parte de los sectores poblacionales que se considera son más estratégicos, para desplegar un proceso de formación orientado a la apropiación ciudadana y la difusión de la TDT en Colombia, pero los autores señalamos la importancia de atender aquellos que han escapado al alcance esta propuesta, en formulaciones ulteriores.

Actores propuestos para el despliegue del Modelo Pedagógico

A continuación, se enuncian los actores en los que este diseño ha instalado la operacionalización del Modelo Pedagógico Propuesto. Estos actores refieren a escenarios, sectores, o grupos poblacionales amplios, vinculados por un común denominador contextual, para los que en cada caso se perfilan beneficiarios de los procesos de formación, de manera más específica, en el capítulo siguiente.

Creadores y proveedores de contenidos

En el mejor de los escenarios, la transición hacia la TDT no sólo representa mejoras en el acceso a contenido audiovisual en términos de su calidad técnica. También constituye una oportunidad para que se amplíe la oferta de contenidos, atendiendo las especificidades que es posible identificar en el consumo audiovisual de algunos grupos etarios, o de comunidades habitualmente excluidas en los escenarios perfilados por la televisión tradicional. De igual forma, se plantea el escenario TDT como estratégico para el perfilamiento de nuevas propuestas narrativas, así como el fortalecimiento de una conversación cada vez mayor y más activa entre la TV y otras múltiples pantallas.

Comunidades Educativas

En este actor se encuentran incorporadas las instituciones educativas de básica primaria, y de básica secundaria, los programas de formación técnica y tecnológica ofrecidos por el SENA vinculados al sector, y los programas del área de creación de contenidos audiovisuales, multimedia, transmedia y digitales, en instituciones de educación superior en todo el país.

Actores estatales

Este actor se ha definido con el ánimo de vincular a procesos de formación, instancias del orden estatal en las que hay claramente definida una competencia con relación a la toma de decisiones en el sector, o injerencia en lo que respecta al despliegue de la transición TDT en cualquiera de las dimensiones descritas.

Hogares y consumidores finales

Como contexto estratégico para lograr el propósito de una amplia y efectiva apropiación ciudadana de la TDT, los hogares se han incluido como actor con el ánimo de perfilar procesos y acciones orientados a la formación necesaria para una mejor comprensión de esta tecnología, en las familias colombianas. También se han incluido otros consumidores finales, para reconocer esos espacios de la cotidianidad de los barrios, veredas, y comunidades, en los que el televisor ocupa un lugar importante en los procesos de socialización y relacionamiento entre las personas.

Gremios y asociaciones

Como aliados estratégicos para la materialización de políticas orientadas al fortalecimiento de la TV pública, los gremios y asociaciones en los que se agrupan a su vez actores con un nivel de especificidad mayor, son reconocidos en la formulación de este modelo como sujetos de formación con los que se propone el desarrollo de actividades, a partir de las cuales se espera lograr un mayor y mejor reconocimiento del importante papel que ocupan en la transición hacia la TDT.

Canales de televisión abierta y de radiodifusión vía TDT

En la dirección de acciones adelantadas durante los últimos dos años desde el grupo de Contenidos de la Autoridad Nacional de Televisión ANTV, los canales públicos y privados de televisión abierta, así como otras señales radiodifundidas vinculadas al escenario TDT, resultan fundamentales en la promoción de cualquier proceso vinculado a la promoción de la TDT, en todas las dimensiones constitutivas del Modelo aquí propuesto. El perfilamiento de este actor busca dar continuidad a varios de los procesos puestos en marcha en escenarios que ya han sido activados con estos aliados.

Distribuidores y retailers

En la cadena de difusión y acceso de la TDT como innovación tecnológica, los actores vinculados a la importación y distribución de los dispositivos necesarios para la conexión de los consumidores finales cumplen un rol central. De su conocimiento dependen en muchas ocasiones las decisiones que toman los televidentes, para poder contar con la posibilidad de acceder a la señal TDT en las condiciones técnicas correctas. En tanto esta cadena no sólo tiene implicaciones de orden técnico, el actor se ha perfilado atendiendo cual es el lugar que los distribuidores y retailers ocupan frente a las dimensiones social y de contenidos propuestas en el Modelo.

Comunicadores, influenciadores y publicistas

La circulación de mensajes relacionados con la importancia de la transición hacia la TDT, está mediada por el reconocimiento de la misma que poseen quienes participan de sus diseños y formas de distribución. En esta dirección, este actor se propone para el desarrollo de procesos de formación y actividades de capacitación, en las que quienes hacen comunicación en los sectores público y privado, puedan sensibilizarse y elaborar formas de comprensión más participativas frente al significado que tiene la llegada de la TDT.

Segunda parte

Operacionalización del Modelo Pedagógico Propuesto

Creadores y Proveedores de Contenidos

A continuación, se presenta la tabla resumen con los elementos más significativos en el despliegue propuesto para este actor.

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	Productores independientes Generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers)	Productores audiovisuales independientes Canales privados y locales que no están en abierta. Generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers).	Realizadores audiovisuales Generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers)
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	Comprender y mejorar el relacionamiento con las audiencias.	Conocimiento detallado de los requerimientos técnicos de la TDT	Fomento de las nuevas narrativas con derivaciones transmedia.

		<p>para generar subseñales</p> <p>Reconocer modelos de negocio y emprendimiento orientados a las posibilidades que ofrece la transición a la TDT.</p>	<p>Construcción de contenidos orientados a los diferentes grupos etarios de las audiencias.</p> <p>Reconocimiento de las posibilidades de articulación entre la TDT y los contenidos para otras pantallas.</p>
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<p>Filmaton TDT</p> <p>Conversatorio sobre oportunidades laborales TDT</p>	<p>Taller creativo sobre cómo funciona la TDT</p> <p>Conversatorio sobre modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la TDT.</p>	<p>Reto transmedia TDT: elaboración de una propuesta colaborativa transmedia por rango de edad.</p>
<p>RECURSOS- MATERIALES Y CONTENIDOS ALIADOS</p>	<p>Equipos audiovisuales para crear el filminuto.</p> <p>Creación de contenidos que</p>	<p>Ejemplos de ecosistemas digitales convergentes.</p> <p>Insumos de papelería.</p>	<p>Equipos audiovisuales para la creación de contenido de acuerdo con el grupo etario.</p>

	generan impacto en la comunidad.	Espacio para conversatorio y expertos invitados.	Insumos de papelería. Expertos invitados.
	Espacio para conversatorio y 5 expertos invitados.		Contenidos audiovisuales de referencia.
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Cabina de grabación dirigida al público general para elaborar un videoblog de recuperación de saberes.	Cabina de grabación dirigida al público general para elaborar un videoblog de recuperación de saberes.	Cabina de grabación dirigida al público general para elaborar un videoblog de recuperación de saberes.

Dimensión social: productores independientes, generadores de audiovisuales para la web (youtubers, bloggers)

Uno de los grandes logros sociales que tendrá la implementación total de la TDT en el país, es que en aquellos lugares donde la televisión tradicional solo llevaba contenidos diseñados específicamente para este medio, ahora podrá transportar, gracias a la optimización del ancho de banda, más contenidos, muchos de estos creados tanto por productores independientes como por generadores de audiovisuales para la web; esto significa que en muchos hogares colombianos, especialmente en aquellos donde no tienen acceso a un

computador, tendrán la posibilidad de acceder no sólo a contenidos de entretenimiento, sino también, a otro tipo de contenidos educativos y mixtos, facilitando así un real derecho de acceso a la información para todos y ayudando a disminuir la brecha social.

Es necesario que estos creadores, que no se encuentran vinculados a los canales de televisión, tengan la información necesaria para acceder a todas las oportunidades que les brinda la TDT y puedan encontrar en ella una posibilidad de realización profesional y de crecimiento en el relacionamiento con sus audiencias.

Situación a la que responde el Modelo

El acceso a la información es reconocido en muchos escenarios internacionales como un derecho humano, sin embargo, en muchas regiones de Colombia, especialmente aquellas del sector rural, la única ventana de acceso a la información que tienen sus habitantes es la televisión radiodifundida; para ellos tendrá una importancia significativa el hecho de acceder a contenidos que nacieron originalmente de productores independientes del audiovisual y de creadores en la web, y que podrán emitirse por la TDT, además de tener una participación especial no sólo como consumidores sino también como creadores de contenido.

Es importante que los productores independientes y generadores de audiovisuales para la web, reflexionen sobre la importancia de relacionarse con sus audiencias, reconociendo sus necesidades y gustos, permitiéndoles participar en la creación misma de los productos, nutriendo así los futuros contenidos, y aportando desde sus quehaceres a la construcción social.

Propósito de formación

El modelo pedagógico de la dimensión social orientado al sector de productores independientes y generadores audiovisuales para la web buscará reflexionar sobre la

importancia del productor independiente y del generador de audiovisuales para la web en la construcción social, el impacto que sus contenidos tienen en las comunidades, y evidenciar las múltiples formas posibles de relacionamiento con la audiencia por medio de la Televisión Digital para Todos.

Temas y contenidos

Los contenidos dirigidos a estos actores están diseñados para reflexionar con los productores independientes y generadores audiovisuales para la web sobre la importancia que sus contenidos tienen en la construcción social y el impacto que pueden generar en la comunidad. Con este fin, se definieron 3 coordenadas claves con preguntas problematizadoras a responder:

Roles en el ecosistema TDT: ¿Cuál es el rol del productor independiente en el ecosistema TDT? ¿Por qué es importante? ¿Cuál es el rol del generador de audiovisuales para la web en el ecosistema TDT? ¿Por qué es importante?

Impacto en la comunidad: ¿Cuál es el impacto que se puede generar en las comunidades con los contenidos transmitidos por las señales TDT? ¿Cómo se puede impactar positivamente a una comunidad por medio de contenidos audiovisuales transmitidos por TDT? ¿Cuáles son las formas posibles de relacionamiento con la audiencia por medio de la TDT?

Oportunidades laborales: ¿Qué oportunidades laborales brinda la TDT para los productores independientes? ¿Qué oportunidades laborales brinda la TDT para los generadores de contenido para la web? ¿Cómo pueden acceder a ellas?

Actividades y procesos propuestos

La investigación inicial girará en torno a las posibilidades e importancia de los productores independientes y generadores de contenido para la web en el ecosistema TDT, esta investigación atravesará transversalmente las otras 3 coordenadas temáticas de la estrategia metodológica: impacto a la comunidad, relacionamiento con la audiencia y oportunidades laborales; por medio de una maratón de filminutos y un conversatorio sobre oportunidades laborales facilitadas por la TDT en el país.

Contenidos que generan impacto en las comunidades

La actividad estará enfocada a reflexionar sobre la importancia del rol del productor independiente y generadores de audiovisuales para la web, en la creación de contenidos que tengan un alto relacionamiento con la audiencia y generen impacto en las comunidades en las que se realizan y se proyecta el contenido.

Nombre de la actividad: Filmatón TDT: Maratón de realización de filminutos con alto relacionamiento con la audiencia y que generan impacto en las comunidades.

Lugares sugeridos para la actividad: 1 por cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 4 días

Cantidad de talleristas por región: 4

Horario sugerido:

Día 1: de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Día 2: de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 en adelante

Día 3: Todo el día

Día 4: de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Número máximo de personas: 20 equipos conformados (de máximo 3 personas)

Descripción de la actividad por región: En cada región se abrirá una convocatoria previa para equipos de productores independientes, generadores audiovisuales para la web y mixtos que deseen hacer parte de la Filmatón TDT, donde se especificará la disponibilidad horaria y el estímulo que se otorgará al filminuto mejor valorado por el jurado en cada categoría.

La maratón tendrá una duración de 4 días, donde por medio de visualización de ejemplos, asesorías con expertos y una visita a la comunidad, los productores independientes y generadores de audiovisuales para la web, podrán realizar un filminuto de alto relacionamiento con la audiencia, que genere impacto en su comunidad y participar por un estímulo económico para su proyecto.

Día 1: Orientación metodológica del taller teórico-práctico:

Bienvenida a los participantes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica de la actividad

Taller teórico-práctico1 por medio de visualización de ejemplos sobre contenidos de alto relacionamiento con la audiencia y que generan impacto en su comunidad, escritura de: comunidad que se desea impactar y una justificación.

Almuerzo

Taller teórico-práctico2 por medio de visualización de ejemplos sobre contenidos de alto relacionamiento con la audiencia y que generan impacto en su comunidad, escritura de: idea inicial del filminuto, relacionamiento con la audiencia y escaleta.

Explicación de la dinámica del día 2, distribución de los equipos en 4 comunidades a visitar (1 por tallerista)

Día 2: Salida de campo a la comunidad (esta misma actividad se realizará en las 4 comunidades escogidas el día 1)

Bienvenida a los participantes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica de la actividad

Interacción de los participantes con la comunidad seleccionada de sus proyectos, con el fin de nutrir sus escaletas y/o definir su participación en los filminutos

Almuerzo

Entrega de chaquetas y explicación de los parámetros de rodaje de los filminutos

Día 1 de rodaje

Día 3: Rodaje y edición

Día 2 de rodaje: los participantes estarán realizando sus grabaciones de manera libre siempre y cuando cumplan con los parámetros y de participación y rodaje previamente establecidos

Día 4: Ceremonia de visualización y premiación

Entrega de los filminutos a los talleristas e inscripción a la ceremonia de visualización y premiación (8:00 a 10:00 am)

Clasificación del material por parte de los talleristas (10:00 am a 12:00 m)

Almuerzo

Ceremonia de proyección a los jurados y el público en general y premiación de los filminutos en las categorías de: video de mejor relacionamiento con la audiencia y video de mayor impacto a su comunidad.

Cierre de la actividad

Cabina de grabación a la salida de la actividad dirigida a los participantes del taller teórico-práctico para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Qué fue lo que más te gustó de la actividad? ¿Por qué?

Cabina de grabación a la salida de la actividad dirigida al público general para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Cuál fue el filminuto que más te gustó? ¿Por qué?

Cóctel de cierre con un grupo artístico regional como invitado

Distribución del videoblog por redes sociales de la TDT

Conversatorio sobre oportunidades laborales TDT

La actividad estará enfocada a reflexionar sobre las oportunidades laborales que brinda la TDT a los productores independientes y generadores de contenido para la web, por medio de un conversatorio con empresarios y personas influyentes del sector audiovisual.

Nombre de la actividad: Conversatorio ¿Qué oportunidades brinda la TDT a los productores independientes y generadores de audiovisuales para la web?

Lugares sugeridos para la actividad: 1 conversatorio en cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 1 día

Horario sugerido: 2:00 a 6:00 pm

Número máximo de personas: 50

Cantidad de invitados por región: 5

Descripción de la actividad por región:

En cada región se realizará un conversatorio orientado a las oportunidades laborales que brinda la TDT a los productores independientes y generadores de audiovisuales para la web, para esto se dispondrá un panel con 5 invitados expertos de cada región: un empresario importante de la región en el sector audiovisual, un youtuber, un bloggero, un prosumer y un productor independiente destacados.

Orientación metodológica por región:

Bienvenida al panel por parte del moderador

Panel de discusión con el moderador y los 5 invitados expertos

Preguntas del público

Cabina de grabación a la salida de la actividad para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Qué fue lo que más te gustó del panel? ¿Por qué?

Distribución del videoblog por redes sociales de la TDT

Dimensión tecnológica: Productores independientes. Generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers). Canales privados y locales que no están en señal abierta

Situación a la que responde el Modelo

Una de las falencias que se ha identificado previamente en el uso y apropiación de la TDT por medio de los productores independientes, los generadores de audiovisual web (youtubers y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta, es que muchos de ellos aún desconocen los aspectos técnicos y tecnológicos de la Televisión Digital Terrestre (TDT); este desconocimiento reduce el panorama a un cambio de tecnología y no permite vislumbrar las bondades de la TDT, como es la optimización del uso que se hace del espectro electromagnético, lo que permitirá que muchos de ellos, que aún no tienen un lugar en la televisión tradicional, puedan transmitir sus contenidos por medio de estas mismas señales y llegar a todas las regiones de Colombia de manera gratuita.

Propósito de formación

El modelo pedagógico de la dimensión tecnológica orientado al sector de productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta, buscará brindar un conocimiento detallado de los requerimientos técnicos de la TDT para optimizar el espacio de la señal radiodifundida, con el fin de que los estos creadores evalúen la posibilidad de retransmitir sus contenidos pasados o creen nuevos contenidos para las señales TDT; además de brindarles un panorama amplio de los modelos de negocio y emprendimiento orientados a las posibilidades que ofrece la transición a la Televisión Digital para Todos.

Temas o contenidos

Los contenidos dirigidos a estos actores están diseñados para reflexionar sobre las posibilidades tecnológicas que brinda la TDT a los productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta, en la transmisión de sus contenidos en un ecosistema audiovisual convergente, con este fin, se definieron 3 coordenadas claves con preguntas problematizadoras a responder:

Optimización de la señal radiodifundida por medio de la TDT: ¿En qué consiste la optimización de la señal radiodifundida por medio de la TDT? ¿Cuáles son los beneficios de la optimización de la señal radiodifundida? ¿Qué oportunidades brinda a los realizadores audiovisuales la optimización de la señal radiodifundida?

Ecosistema audiovisual convergente: ¿Qué significa un ecosistema audiovisual convergente? ¿Cómo pueden los realizadores audiovisuales aprovechar los ecosistemas audiovisuales convergentes? ¿Qué factores se deben tener en cuenta a la hora de crear contenido para un ecosistema audiovisual convergente?

Modelos de negocio y emprendimiento TDT: ¿Cuáles son las oportunidades de modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la TDT para los realizadores audiovisuales? ¿Cómo pueden acceder a ellas?

Actividades y procesos

Con el fin de abordar las tres coordenadas temáticas se propone: 1 taller creativo sobre los beneficios que ofrece la optimización de la señal radiodifundida y el ecosistema digital convergente a los productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta; y un

conversatorio sobre los modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la Televisión Digital para Todos (TDT) a estos actores.

Taller creativo sobre tecnología TDT y ecosistemas digitales convergentes

La actividad estará enfocada a reflexionar sobre los beneficios de la optimización de la señal radiodifundida y los ecosistemas digitales convergentes, por medio un taller creativo de escritura de un contenido para un ecosistema digital convergente.

Nombre de la actividad: Taller creativo ¿Cómo funciona la tecnología TDT y los ecosistemas digitales convergentes?

Lugares sugeridos para la actividad: 1 taller creativo en cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 1 día

Horario sugerido: 8:00 am a 12:00 m y 2:00 a 4:00 pm

Número máximo de personas: 30

Número de talleristas por región: 2

Descripción de la actividad por región: En cada región se realizará una reflexión sobre los beneficios de la optimización de la señal radiodifundida acompañado de un taller creativo de escritura de un contenido para un ecosistema digital convergente.

Orientación metodológica por región:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica del taller

Exposición didáctica sobre la manera cómo funciona la optimización del espacio radiodifundido por medio de las señales TDT con intervenciones del público

Refrigerio

Exposición y visualización de ejemplos de ecosistemas digitales convergentes alrededor del mundo

Preguntas del público

Invitación al taller creativo de escritura de un contenido para un ecosistema digital convergente

Almuerzo

Taller creativo de escritura de un contenido para un ecosistema digital convergente

Cierre de la actividad y evaluación por medio de preguntas orientadoras

Preguntas orientadoras

¿Conocían estas bondades de la optimización de la señal radiodifundida?

¿Cómo influirá la tecnología TDT en el diseño y desarrollo de sus contenidos?

¿Cuál fue el mayor aprendizaje de la sesión?

Conversatorio sobre modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la Televisión Digital para Todos (TDT)

La actividad estará enfocada a reflexionar sobre los modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la Televisión Digital para Todos (TDT) a los productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta, por medio de un conversatorio con empresarios y personas influyentes del sector audiovisual.

Nombre de la actividad: Conversatorio ¿Qué modelos de negocio y emprendimiento ofrece la TDT a los productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta?

Lugares sugeridos para la actividad: 1 conversatorio en cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 1 día

Horario sugerido: 4:00 a 6:00 pm

Número máximo de personas: 50

Cantidad de invitados por región: 5

Descripción de la actividad por región: En cada región se realizará un conversatorio orientado a los modelos de negocio y emprendimiento que ofrece la TDT a los productores independientes, generadores audiovisuales para la web (youtuber y bloggers) y los canales privados que no están en la señal abierta, para esto se dispondrá un panel con 5 invitados expertos de cada región: un empresario importante de la región en el sector audiovisual, un youtuber, un bloggero, un emprendedor y un productor independiente destacados.

Orientación metodológica por región:

Bienvenida al panel por parte del moderador

Panel de discusión con el moderador y los 5 invitados expertos

Preguntas del público

Cabina de grabación a la salida de la actividad para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Qué fue lo que más te gustó del panel? ¿Por qué?

Distribución del videoblog por redes sociales de la TDT

Dimensión Contenidos: realizadores audiovisuales y generadores de audiovisual web (youtubers, bloggers)

Uno de los grandes logros a nivel de tecnología de la TDT es la optimización del ancho de banda para la transmisión de varios canales en el espacio donde anteriormente solo circulaba uno, es gracias a esto que los realizadores y los generadores de audiovisuales para la web, cobran una especial relevancia en la creación de contenidos que pueden potencialmente nutrir las nuevas señales TDT.

Es fundamental para el aprovechamiento de ese espacio disponible de la mejor manera, que los realizadores y generadores de audiovisuales para la web, comprendan y reflexionen sobre la creación de contenidos para TDT y sus posibilidades, aportando así desde sus saberes a la construcción de una nueva manera de ver televisión en Colombia.

Situación a la que responde el Modelo

Uno de los objetivos de la TDT con la optimización del ancho de banda es *“la creación de canales exclusivos que no se encuentran en la televisión analógica o tradicional. Donde los usuarios podrán disfrutar de una mayor cantidad de canales y programas, creados en Colombia por y para colombianos y colombianas...”* (Narrativas TDT. pág. 2) Es aquí donde los realizadores y generadores de audiovisuales para la web, adquieren un papel protagonista, siendo uno de los sectores fundamentales en la construcción del ecosistema TDT.

Se hace necesario desde la estrategia metodológica del uso y apropiación de la TDT, que estos actores comprendan e incorporen a sus productos todas las posibilidades que la TDT les ofrece, para garantizar no solo cantidad sino principalmente calidad de los contenidos.

Propósito de Formación

El modelo pedagógico de la dimensión de contenidos orientado al sector de realizadores y generadores audiovisuales para la web buscará fomentar en el sector el uso de nuevas narrativas con derivación transmedia y la apropiación de segmentación por grupos etarios de las audiencias en la elaboración de los contenidos.

Temas y contenidos

Los contenidos dirigidos a estos actores están diseñados para empoderar a los realizadores y generadores audiovisuales para la web en el aprovechamiento de las posibilidades TDT en la elaboración de sus productos, para esto, se definieron dos coordenadas claves con preguntas problematizadoras a responder:

Narrativas con derivación transmedia: ¿En qué consiste la creación de un producto audiovisual con derivación transmedia? ¿Cuáles son las múltiples pantallas que puedo aprovechar con las señales TDT? ¿Qué aspectos debo tener en cuenta en la escritura de un contenido audiovisual pensado para múltiples pantallas?

Audiencias por grupos etarios: ¿En qué consiste la segmentación audiovisual por grupos etarios? ¿Cómo están clasificados los grupos etarios en el audiovisual? ¿Cuáles son los aspectos narrativos a considerar por cada grupo etario? ¿En qué favorecen las señales TDT a la segmentación por grupos etarios?

Actividades y procesos propuestos

Se propone una actividad teórico-práctica, donde los realizadores y generadores audiovisuales para la web puedan reflexionar sobre los contenidos con derivación

transmedia por rangos etarios, mediante la visualización de ejemplos y un ejercicio práctico colaborativo.

Taller colaborativo teórico-práctico de creación de contenidos con derivación transmedia por rangos etarios

El taller busca generar reflexión sobre los contenidos con derivaciones transmedia por rangos etarios a través de la visualización de ejemplos y la escritura, grabación, edición y presentación de 4 propuestas piloto de un contenido diferenciado por rango de edad.

Nombre de la actividad: Reto transmedia TDT: elaboración de una propuesta colaborativa transmedia por rango de edad.

Lugares sugeridos para la actividad: 1 por cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 4 días

Cantidad de talleristas por región: 4

Horario sugerido:

Día 1: de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Día 2: Todo el día

Día 3: Todo el día

Día 4: 10:00 am a 12:00 m y de 6:00 a 8:00 pm

Número máximo de personas: 24 personas (4 equipos de 6 personas cada uno)

Descripción de la actividad por región: En cada región se abrirá una convocatoria previa para realizadores y generadores audiovisuales para la web que deseen participar en la construcción de un producto colaborativo transmedia por rango de edad.

La actividad tendrá una duración de 3 días, donde por medio de visualización de ejemplos, asesorías con expertos y un ejercicio práctico, los realizadores y generadores de audiovisuales para la web, podrán realizar un contenido colaborativo transmedia por rango etario y proyectarlo a su comunidad.

Día 1: Orientación metodológica del taller teórico-práctico:

Bienvenida a los participantes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica de la actividad

Taller teórico-práctico1 por medio de visualización de ejemplos sobre contenidos transmedia por rango de edad; escritura del capítulo base de la experiencia

Almuerzo

Taller teórico-práctico2 por medio de visualización de ejemplos sobre contenidos transmedia por rango de edad; escritura de las derivaciones transmedia de la experiencia

Explicación de la dinámica del día 2, distribución de los equipos por derivación transmedia y rango de edad (capitulo base y 2 derivaciones transmedia - 3 subgrupos de cada grupo)

Día 2: Rodaje y edición

Día de rodaje y edición: los participantes estarán realizando sus grabaciones y primer montaje con la asesoría de los expertos y de manera libre, siempre y cuando cumplan con los parámetros y de participación y rodaje previamente establecidos.

Día 3: Edición y montaje web

Finalización de la edición y montaje web: los participantes estarán finalizando su proceso de edición y montaje web con la asesoría de los expertos de manera libre, siempre y cuando cumplan con los parámetros de participación previamente establecidos.

Día 4: Ceremonia de proyección

Entrega de los contenidos a los talleristas e inscripción a la ceremonia de visualización y premiación (10:00 a 12:00 am)

Clasificación del material por parte de los talleristas (2:00 a 4:00 pm)

Montaje del espacio para la ceremonia de proyección (4:00 a 6:00 pm)

Ceremonia de proyección al público en general

Cierre de la actividad

Cabina de grabación a la salida de la actividad dirigida a los participantes del taller teórico-práctico para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Qué fue lo que más te gustó de la actividad? ¿Por qué?

Cabina de grabación a la salida de la actividad dirigida al público general para elaborar un videoblog de recuperación de saberes, guiado por la pregunta orientadora ¿Cuál fue el producto transmedia que más te gustó? ¿Por qué?

Cóctel de cierre con un grupo artístico regional como invitado

Distribución del videoblog por redes sociales de la TDT

Comunidades Educativas

La Escuela, las instituciones educativas, los espacios de educación formal y las comunidades educativas en general, constituyen escenarios estratégicos para el despliegue de cualquier propuesta orientada a promover el uso y apropiación de una innovación con tan profundas repercusiones sociales, como es el tránsito hacia la TDT.

Es importante delinear espacios de sensibilización, información, y formación, con relación al potencial de este medio y el lugar que puede ocupar en la cotidianidad de las prácticas educativas, dirigidos a los docentes, niños y jóvenes, de esta forma se configura a su vez la posibilidad de que más personas reconozcan la calidad de contenidos a los que pueden acceder de forma gratuita, y puedan apropiarse de ellos con fines educativos.

Es en este sentido que las Comunidades Educativas se perfilan como Actor dentro del modelo pedagógico propuesto, y se proponen una serie de procesos en cada una de sus dimensiones para trabajar la transición hacia la TDT con las poblaciones que hacen parte de ellas.

En la siguiente tabla se esbozan las coordenadas a partir de las cuales se propone desplegar el Modelo en este actor, para lo que se han perfilado grupos poblacionales correspondientes con cada una de las dimensiones constitutivas de este dispositivo, de manera que sea posible lograr “énfasis” en los ejercicios que finalmente sea posible desarrollar. Las instituciones educativas de primaria y bachillerato se perfilan entonces como escenarios idóneos para concentrar los esfuerzos en el reconocimiento del acceso a contenidos audiovisuales de calidad, a través de la TDT, en las prácticas de aula en las que participan maestros y estudiantes.

Por otro lado, los programas de formación técnica y tecnológica, vinculados con el despliegue técnico de la transición hacia la TDT, parecen espacios en los que se considera fundamental articular conocimientos técnicos relacionados con este cambio, para quienes se forman en dominios afines.

Finalmente, en el nivel de educación superior, se propone adelantar una serie de actividades formativas con profesores y estudiantes vinculados a programas de formación pertenecientes al dominio de la creación de contenidos, con especial énfasis en la producción audiovisual y la creación digital - multimedia. Se presenta entonces la tabla resumen correspondiente a este Actor, y a continuación se desarrollan en detalle las propuestas para cada uno de los grupos poblacionales mencionados.

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	Ed. Básica (Docentes y estudiantes)	Ed. Técnica y tecnológica (Docentes y estudiantes Sena- Programas relacionados con telecomunicaciones y estudios audiovisuales)	Ed. Superior (Docentes y estudiantes de programas relacionados con la creación de contenidos)
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	Reconocimiento de la TDT como opción gratuita de entretenimiento e información.	Conocimiento detallado de toda la cadena tecnológica de emisión - recepción TDT.	Reconocimiento y apropiación de las posibilidades que ofrece el ecosistema TDT para la creación de nuevos contenidos: financiación,

	<p>Reconocimiento del potencial formativo que ofrecen los contenidos de calidad en TDT en cada región.</p>		<p>emprendimiento, innovación.</p> <p>Conocimiento detallado de la oferta de contenidos en sus regiones, y las opciones de relacionamiento como audiencias.</p>
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<p>Taller historia de la TV en Colombia, mi historia e historia de la TV Educativa.</p> <p>Taller de apropiación de la TDT por medio de guías didácticas.</p> <p>Feria de contenidos.</p>	<p>Curso técnico sobre TDT.</p>	<p>Taller teórico-práctico en creación de contenidos innovadores regionales.</p> <p>Taller teórico-práctico de emprendimiento.</p> <p>Video - instalación</p>

RECURSOS- MATERIALES CONTENIDOS Y ALIADOS	Dispositivos para proyección audiovisual.	Laboratorios de TV Digital	Referentes audiovisuales de canales que hacen parte de los Canales Regionales.
	Recursos de papelería.		Dispositivos para proyección audiovisual.
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Referentes audiovisuales de canales que hacen parte de la TDT.	Diseño curricular del curso con las especificidades requeridas por el SENA.	Recursos de papelería.
	Preguntas orientadoras de valoración y satisfacción.	Evaluaciones de apropiación y conocimiento.	Preguntas orientadoras de valoración y satisfacción.
	Carpas, talento humano.		

Dimensión social: Estrategias propuestas para instituciones de educación básica

Propósito de formación

Promover el uso y la apropiación de la TDT a través de talleres en los que docentes y estudiantes de instituciones educativas del país reconozcan los beneficios formativos que es posible derivar de la transición hacia la TDT.

Analizar con los docentes de instituciones educativas del país las posibilidades formativas que pueden tener los contenidos presentados por la TDT en cada región y que son susceptibles de ser empleados en sus salones de clase, mediante la participación en espacios de cocreación como talleres de discusión.

Presentar a los niños y jóvenes de instituciones educativas del país, contenidos entretenidos y de calidad que se presentan por los canales de la TDT, por medio de una feria de contenidos infantiles.

Temas y contenidos

Televisión educativa

Televisión y aprendizaje

Eduentretenimiento

Contenidos curriculares: Cómo algunos programas pueden aportar a la enseñanza de los temas de asignaturas como las matemáticas, las ciencias sociales, lengua castellana, ciencias naturales, entre muchas otras.

Actividades y procesos a desarrollar con Docentes

Taller 1: La televisión en Colombia y la llegada de la TDT

Población: profesores de escuelas de primaria, secundarias o preescolares de municipios a los que ha llegado la TDT (Se propone realizar este ejercicio en por lo menos 120 instituciones educativas ubicadas en regiones en las que tenga alta pertinencia la cobertura de la señal de televisión abierta).

Número máximo de participantes por taller: 25

Duración total del taller: 3 horas

Temas por desarrollar: Historia de la TV, video aprendizaje, tele educación, tele clase, televisión educativa, eduentretenimiento, televisión y aprendizaje.

Actividad 1: Presentación

Tiempo estimado: 30 minutos

El taller dará inicio con una presentación de los puntos claves para tener en cuenta, con relación a la transición hacia la TDT en el contexto de las comunidades educativas, haciendo hincapié en sus implicaciones y beneficios.

Preguntas orientadoras para la conversación con los participantes:

¿Qué es la TDT? ¿Es más que alta definición y mejor sonido?

Ampliación del uso que se hace del espectro electromagnético ¿Cuántos canales de televisión y de radio podemos ver y escuchar a través de la TDT?

¿Qué ha pasado en otros países en los que se ha hecho el tránsito de la televisión análoga a la digital?

¿Cómo podemos apropiarnos de la televisión pública, en este nuevo escenario, al ser parte activa de las comunidades educativas?

Nota: esta actividad correrá por cuenta de la Coordinación de Contenidos de ANTV o del equipo experto que delegue para ello.

Actividad 2: La historia de la TV en Colombia, mi historia con la televisión y la historia de la TV educativa.

Tiempo estimado: 1 hora

Se presentará una serie de videos relacionados con la historia de la televisión en Colombia, y de su relación con la educación durante el siglo XX. Tras visualizar cada video, se formularán preguntas orientadoras para adelantar la conversación con los participantes:

¿Recordamos o sabemos en qué año llegó la televisión a Colombia?

¿Podríamos compartir historias de padres o familiares sobre cómo se empezaron a relacionar los vecinos en los barrios cuando llegó la televisión? ¿Qué significó para las familias el contar con un televisor en la casa?

Video 1:

<https://www.senalmemoria.co/articulos/antes-de-la-television-radio-y-educacion-de-los-anos-50>

¿Alguno quiere contarnos alguna experiencia propia, o una historia de sus padres o abuelos sobre los primeros programas que vieron en TV?

“Educadores de hombres nuevos” <https://www.youtube.com/watch?v=Ep7HCSjlu14>

¿Alguno reconoce este nombre, sabe de qué trata o qué significa?

-Explicación o ampliación de lo que significa el tema o el programa-

¿Cómo hemos percibido la relación entre televisión y educación en Colombia?

¿Sabemos de algún cambio a nivel educativo de lo que implicó la llegada de la televisión a Colombia?

Video 2: (<https://www.senalmemoria.co/articulos/la-caja-magica-que-ensena-generaciones>)

¿Qué recuerdos podemos evocar a través de los programas vistos, sobre la historia de la relación entre TV y educación en Colombia?

¿Las estrategias para hacer TV educativa utilizadas hace unos años, siguen teniendo vigencia?

Al finalizar el conversatorio sobre los videos, se distribuye a los participantes en grupos de 5 personas, para que elaboren una reflexión sobre los contenidos televisivos (públicos, nacionales y/o regionales), que incorporen en sus prácticas de aula.

A continuación, cada grupo socializa su elaboración con todo el grupo de participantes.

Recursos: presentación, dispositivos para proyectar audio y video.

Actividad 3: Mesas de trabajo

Tiempo estimado para la actividad: 1 hora.

Para esta actividad se requiere 25 papeles divididos en 4 colores. A cada docente se le entrega un color y luego se deben conformar 4 grupos de acuerdo con el color del papel que corresponde según el que tenga cada uno.

Después de que los grupos están conformados, se les da una consigna como la siguiente:

“Cada grupo es una mesa de trabajo y les corresponde conversar y escribir en 5 minutos sobre el tema de su mesa. Cuando termine los 5 minutos, cada grupo rota a la mesa de trabajo que tienen a la derecha y nuevamente cuenta con 5 minutos para conversar sobre el tema. Al final todos los grupos deben volver a mesa de trabajo inicial.”

Mesa 1 Eduentretenimiento: ¿Sabes qué es eduentretenimiento? ¿Alguna vez lo has empleado en su práctica docente?

Mesa 2 Televisión y aprendizaje: ¿Cómo potenciar los aprendizajes haciendo uso de contenidos audiovisuales que pasan por TV?

Mesa 3 Televisión educativa: ¿Qué entienden por TV Educativa, ¿cómo se diferencia de la TV cultural y de la TV de entretenimiento? ¿qué tipo de TV no es educativa?

Mesa 4 La educación apoyada en la Televisión: ¿Qué temas o contenidos podemos enseñar haciendo uso de la televisión y qué no?

Plenaria:

En este momento cada grupo expone los resultados por mesa de trabajo, al finalizar la socialización de cada mesa se hace una retroalimentación.

Conclusiones y cierre

Exponer una síntesis de lo que se ha conversado en el taller. Recordar lo que es la TDT las implicaciones a nivel nacional y local que tiene y sus beneficios. Recordar cómo la televisión a lo largo de la historia del país y personal ha constituido un elemento de encuentro, de información y de aprendizaje.

Para cerrar se les pide a los participantes responder la siguiente pregunta en una hoja:
¿Cómo puedes incorporar los contenidos de los programas que pasan por TDT en tus clases?

La información recolectada de esta última pregunta será insumo necesario para el siguiente taller.

Taller de construcción

Población: profesores de escuelas de primaria, secundarias o preescolares de municipios a los que ha llegado la TDT

Número máximo de participantes: 25

Duración total de la actividad: 3 horas

Temas: televisión y aprendizaje, habilidades sociales: cómo algunos programas pueden contribuir a mejorar: la comunicación asertiva, resolución de problemas, posturas éticas, entre otras. Y, por último, los contenidos curriculares: cómo algunos programas pueden aportar a la enseñanza de los temas de asignaturas como las matemáticas, las ciencias sociales, lengua castellana, ciencias naturales, entre otros.

Momento de encuadre: 15 minutos explicarles a los participantes que vienen por primera vez de qué se trata estos talleres y dar a conocer la agenda del día.

Actividad 1: proyección de contenidos

Tiempo estimado: 45 minutos

Exponer programas de calidad que se puedan ver por TDT en la región donde se dicta el taller.

Programas como:

¿Qué Harías Tú? QHT: Señal Colombia <https://www.rtvplay.co/que-harias-tu> (*Programa para trabajar dilemas éticos y habilidades sociales*)

Siesta Z: Señal Colombia <https://www.rtvplay.co/siesta-z> (*programa para trabajar literatura universal*)

Emoticones Señal Colombia <https://www.rtvplay.co/emoticones> (*programa para trabajar el manejo de las emociones*)

Lolalá vamos a cantar Señal Colombia <https://www.rtvplay.co/lolala-vamos-cantar/abrir-cerrar> (*permite trabaja el aprestamiento lógico matemático con preescolares*)

Martin y prika Telepacífico: <https://www.youtube.com/watch?v=R6eJL4w0JVY> (*Aborda los por qué en los preescolares y hábitos cotidianos*)

Nuevos caminos TRO https://www.youtube.com/watch?time_continue=16&v=c5UjPG5vc-s (*Programa para trabajar dilemas éticos y habilidades sociales*)

Fórmulas de cambio Telecafé (*programa para trabajar habilidades científicas*)
https://www.youtube.com/watch?time_continue=34&v=aHdCXuNOjBM

Tu club Teleantioquia <https://www.youtube.com/watch?v=bnXWOOYniy0> (*busca trasladar los conocimientos del aula de clase a la vida práctica de los jóvenes*)

Nota: estos programas deben actualizarse de acuerdo con las fechas en las que se desarrolle el taller para verificar que estén vigentes.

Actividad 2: Construcción de guías didácticas para el uso de la TV en clase.

Tiempo estimado: 45 minutos

Luego de ver los programas de calidad que se ofrecen por la TDT, ahora se les propone a los docentes dividirse por grupos máximo de 5 profes que enseñen en el mismo nivel escolar (primaria, preescolar, bachillerato)

Ahora, por grupos desarrollar el formato guía didáctica para el uso de la TV en clase, en donde formulen una propuesta de trabajo en el aula que incorpore uno de los programas presentados de la TDT o alguno que conozcan que hagan parte de los canales que se ven por la TDT.

Para ello, cada grupo cuenta con 30 minutos para desarrollar la siguiente ficha.

Tema o temas	
Objetivos	
Tiempo de duración de la clase	
Materiales	
Programa de TDT:	
Descripción de la actividad inicial	

Descripción de la actividad central
Descripción de la actividad de cierre
Propuesta de evaluación (opcional)

Socialización y cierre

Tiempo estimado: 30 min

Cada equipo presenta su propuesta al resto del grupo y al finalizar los oyentes damos algunas retroalimentaciones.

Con todas las guías construidas, el facilitador queda con el compromiso de transcribirlas y armar un libro de guías didácticas que puede compartir por correo electrónico con todos los participantes.

Actividades propuestas para el trabajo con niños y jóvenes

Ferias de contenidos infantiles TDT

Se distribuyen toldos o carpas “temáticas” en un espacio de la institución educativa, en los que se presente un programa para público infantil.

En esta actividad se puede comenzar por cualquier carpa que llame la atención a los niños, la idea es que puedan recorrer todas las carpas. Se sugiere que los niños roten por grupos de máximo 15 niños en compañía de un profesor.

Carpa 1: Papelitos Serie de Señal Colombia

En esta carpa los niños pueden ver un capítulo del programa Papelitos:
<https://www.youtube.com/watch?v=14u7oyPF-TU&index=5&list=PL07RPVp258LCN0p9PX8RWIceFDrZKbQuE>

Luego se sugiere hacer la actividad que nos propone el capítulo. En el caso del video propuesto sería hacer molinos de vientos.

Público: niños de 5 años en adelante. Actividad individual por lo que se recomienda tener máximo 15 niños en la carpa.

Tiempo: 15 minutos máximo por grupo de 15 niños.

Materiales: hojas iris, palitos y chinchas

Carpa 2 Asquerosamente Rico

En esta carpa los niños verán un capítulo del programa. Luego se les enseña hacer una receta deliciosa y fácil.

https://www.youtube.com/watch?time_continue=322&v=yMtp7tGQLE

Público: niños mayores de 6 años. Actividad en parejas por lo que se recomienda tener máximo 16 niños en la carpa.

<https://www.misenal.tv/noticias/para-chicos/asquerosamente-rico/postres-asquerosos-para-hacer-en-familia>

Tiempo: 20 min

Materiales: 1 melón entero, 4 cucharadas de crema de leche, 1 kiwi, 3 cucharaditas de azúcar, 2 uchuvas, 1 banano, 10 fresas, 1 manzana roja (por grupo)

Carpa 3 Qué Harías Tú

En esta carpa los niños verán un capítulo de la serie Qué Harías Tú:

<https://www.youtube.com/watch?v=guiNtP-FAas>

Luego se propone hacer la actividad “Adentro - Afuera” incluida en la guía pedagógica del programa

https://s3.amazonaws.com/rtrvc-assets-misenal.tv/ms-public/guia_pedagogica_QHT_Cap1.pdf?null

Público: niños de 8 a 12 años Grupos máximo de 15 niños

Tiempo: 30 minutos

Carpa 4 Ciencia: Prueba total

En esta carpa los niños verán un capítulo del programa que trata sobre el sonido https://www.youtube.com/watch?time_continue=12&v=chiJQ7pyFHw Luego se pone a prueba uno de los experimentos que se presenta en el video. <https://www.misenal.tv/noticias/para-chicos/experimentos-que-te-demuestran-que-la-ciencia-esta-presente-en-todo>

Público: niños de 6 años en adelante grupos máximo de 15 niños

Tiempo: 10 minutos

Carpa 5: Lolalá Vamos a Cantar

Los asistentes verán un capítulo del programa y al finalizar aprenderán su canción en un Karaoke. https://www.youtube.com/watch?time_continue=33&v=Y2AHlcl9Rp4

Público: niños preescolares hasta los 7 años grupos máximo de 15 niños

Tiempo: 15 minutos máximo.

Carpa 6 TDT:

En esta carpa los niños pueden encontrar material informativo como programación para sus edades, material didáctico como cartilla o imágenes para colorear, recetarios, entre otros.

https://s3.amazonaws.com/rtvc-assets-misenal.tv/ms-public/descargables/Recetario_Josefina_En_La_Cocina_Super_Megachef_1.pdf

Nota: Al finalizar cada visualización se debe aclarar a los niños que el programa que acaban de ver lo encontrarán en la TDT y cuáles son los beneficios de la TDT.

Dimensión tecnológica: Estrategias propuestas para programas de formación técnica y tecnológica

La TDT es un ecosistema de medios que utiliza la radiodifusión aérea para transmitir señales digitales con información de contenidos audiovisuales a unas audiencias que se encuentran dispersas por el territorio nacional. Para que este ecosistema logre llevar a los televisores de las audiencias unos contenidos estables y de calidad, es necesario garantizar el adecuado funcionamiento de cada uno de los dispositivos electrónicos involucrados, tales como multiplexores, telepuertos, satélites, transmisores, antenas y decodificadores, entre otros. Resulta esencial diseñar e impartir estrategias de formación que aborden el estudio detallado de estos elementos y de los procesos técnicos asociados a grupos de estudiantes en todo el país, interesados en aportar sus conocimientos a la instalación, mantenimiento y reparación de estos dispositivos.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA ofrece a la población colombiana una serie de programas académicos de niveles técnico y tecnológico en numerosas zonas del territorio nacional, dando así cumplimiento a una de las estrategias estatales de formación para el trabajo. La oferta curricular del SENA incluye programas relacionados con las telecomunicaciones, así como con la producción audiovisual. Los instructores y aprendices de dichos programas serán los responsables de reconocer los elementos involucrados en la cadena tecnológica de las señales TDT, desde la emisión hasta la recepción final, y aplicar sus conocimientos de forma tal que se garantice la idoneidad en cada uno de los procesos y pasos técnicos necesarios para llevar a la población un servicio de calidad en la televisión digital colombiana.

Propósito de formación.

En la TDT, los contenidos audiovisuales se emiten por un tele-puerto ubicado en las instalaciones de los canales de televisión, luego de ser codificados por los Multiplexores en el estándar técnico D-BVT2; llegan al satélite, quien distribuye la señal a una serie de transmisores terrestres que a su vez radian a las antenas instaladas en los techos de los usuarios finales; las antenas reciben la señal y la entregan a los aparatos de televisión para que sean decodificadas y vistas por las audiencias de acuerdo con una configuración que realiza el usuario final.

El reconocimiento y la comprensión de esta cadena de eventos y artefactos tecnológicos involucrados constituye el propósito de formación a cargo del SENA, principalmente en sus programas de telecomunicaciones, y también en los programas de producción audiovisual, quienes abordarán los temas relacionados con los contenidos digitales que serán emitidos por la TDT.

Temas y contenidos

Es muy importante que la complejidad propia del eco-sistema de la TDT sea reconocido de manera detallada, en el nivel de comprensión y apropiación de los distintos actores participantes, para las siguientes etapas o fases:

Emisión

Codificación

Distribución

Transmisión

Recepción

Decodificación

Instalación y configuración de los dispositivos del usuario final

Actividades y procesos propuestos

En el contexto de este grupo poblacional, se sugiere trabajar en el diseño curricular de un curso de nivel técnico sobre TDT. Los cursos para obtener el reconocimiento como técnico profesional en Colombia están orientados a generar competencias y desarrollo intelectual, aptitudes, habilidades y destrezas, así como conocimientos técnicos necesarios para el desempeño laboral en una actividad o área específica de los sectores productivo y de servicios.

Este programa tendrá una duración de año y medio (2.640 horas), distribuido en una etapa lectiva y una etapa productiva de igual duración (1.320 horas cada etapa) y se impartirá presencialmente o semi-presencialmente a grupos de entre 8 y 20 aprendices. El curso sobre TDT permitirá a los aprendices del SENA reconocer y apropiarse de los siguientes temas:

Módulo 1 - Introducción (20 horas)

Historia: implementación de la TDT en Colombia

Generalidades técnicas: el estándar europeo DBV-T2

Módulo 2 - Procesos y dispositivos de la TDT (800 horas)

Emisión: Tele puertos, transmisores, multiplexores MUX, codificadores DVB-T2

Distribución: Satélites para Colombia, Ancho de banda satelital

Transmisión: Frecuencias asignadas, Tipos y funcionamiento de los transmisores y Gap-Fillers terrestres, líneas de fibra óptica, enlaces de microondas

Recepción: Antenas, Decodificadores Set-up Boxes

Módulo 3- Instalación y solución de fallas (500 horas)

Instalación física: antenas, decodificadores, derivaciones

Configuración: televisores del usuario final, control remoto

Este curso requiere del montaje de laboratorios de televisión digital, en los que se puedan analizar en la práctica todas las variantes permitidas por el estándar europeo DBVT-2 respecto a los esquemas de conectividad y configuración, de manera tal que logren simularse con eficiencia los procesos de la cadena TDT para su análisis y comprensión por parte del alumnado. Tales laboratorios deberán desplegarse prioritariamente en ciudades en las que existen canales regionales (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira y San Andrés isla), de manera que dicho canal constituya un lugar de visitas y prácticas durante algunas sesiones del curso, para la adecuada verificación de los conocimientos a través del diálogo con el personal responsable de estas labores.

Dimensión Contenidos: Instituciones y programas de educación superior

Los nuevos realizadores colombianos y sus docentes son una pieza clave en el ecosistema TDT, en ellos recae la responsabilidad de la creación de contenidos futuros y de aprovechar al máximo las posibilidades que brinda la Televisión Digital para Todos.

Es fundamental para la propuesta de uso y apropiación de la TDT que estos actores se incorporen como creadores y replicadores de la experiencia, esto garantizará que la propuesta no se ancle solo en el presente, sino que desde una perspectiva más amplia abra el camino para los futuros realizadores colombianos y sus audiencias.

Situación a la que responde el Modelo

Uno de los beneficios proyectados con el uso de TDT en el país, que tiene un gran potencial de impacto en el uso y apropiación de la TDT y que se enuncia en el texto *Narrativas TDT* en el *por qué es importante la Televisión Digital para Tod@s* es: “La Televisión Digital para Tod@s (TDT) es el presente y futuro de la televisión en Colombia y su valor serán los contenidos exclusivos de este servicio... Todos los esfuerzos están determinados en generar programas únicos para los televidentes que no podrán encontrar en otro tipo de plataforma de transmisión.” (pág. 2)

Partiendo de este enunciado como promesa de la TDT, está en las manos de los docentes y estudiantes de programas relacionados con la creación de contenidos, cumplir esta promesa a largo plazo con altos estándares de calidad; si desde su proceso de formación están familiarizados con las posibilidades laborales y de emprendimiento que les ofrece la TDT, podrán comenzar a generar propuestas de proyectos y contenidos que nutran a la TDT en todo su ecosistema.

Es importante que los nuevos realizadores conozcan la oferta de contenidos de sus regiones y como se relacionan con la audiencia, en estas parrillas se encuentran no solo referentes valiosos, sino que también les permitirá identificar las fortalezas y debilidades de la televisión pública regional como punto de partida para sus propias creaciones.

Propósito de formación

El modelo pedagógico de la dimensión de contenidos orientado al sector de educación superior buscará formar a docentes y estudiantes de programas relacionados con la creación de contenidos, en el reconocimiento y apropiación de las posibilidades que ofrece el

ecosistema TDT para potenciar su campo de acción desde las coordenadas de: financiación, emprendimiento e innovación.

Buscará también brindar un conocimiento detallado de la oferta de contenidos en sus regiones y las opciones de relacionamiento con las audiencias.

Temas y contenidos

Los contenidos dirigidos a estos actores están diseñados para empoderar a los nuevos realizadores en el uso y apropiación de la TDT, con este fin, se definieron 5 coordenadas claves con preguntas problematizadoras a responder:

Financiación: ¿Cuáles son las posibilidades de financiación de contenidos que brinda la TDT?

Emprendimiento: ¿Qué opciones de emprendimiento se pueden aprovechar con la TDT para los nuevos realizadores?

Innovación: ¿Cuáles son las posibilidades de innovación en narrativas, géneros y formatos que se pueden explorar con la TDT?

Contenidos regionales: ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la televisión pública regional actual?

Relacionamiento con las audiencias: ¿Qué posibilidades de relacionamiento con las audiencias brinda la TDT?

Actividades y procesos

Con el fin de abordar las 5 coordenadas temáticas, se proponen 2 talleres teórico-prácticos: uno de contenidos regionales e innovación y otro de financiación y emprendimiento, y una video-instalación para visualización de contenidos de alto relacionamiento con las audiencias.

Taller teórico práctico en creación de contenidos innovadores regionales

El objetivo del taller es reflexionar sobre los contenidos existentes (pasados y vigentes) de los canales regionales del país en paralelo con contenidos innovadores en géneros y formatos a nivel mundial, con el fin de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades de mejora y amenazas que poseen como punto de partida para los nuevos creadores de contenido del país.

Se espera poder utilizar los conocimientos teóricos adquiridos en un taller práctico de creación de contenidos innovadores en géneros y formatos dirigidos a cada región, donde los proyectos elaborados tengan la posibilidad de una sesión de pitch real con el acompañamiento de personas influyentes del sector: gerente del canal regional, realizadores experimentados y productores independientes.

Nombre de la actividad: Taller teórico-práctico sobre creación de contenidos innovadores en géneros en formatos.

Lugares sugeridos para la actividad: 1 universidad por cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 3 días

Cantidad de talleristas por región: 3

Descripción de la actividad por región:

Día 1 - Cine Foro: el cine-foro se propone como el primer espacio de reflexión sobre los contenidos regionales (vigentes y pasados) de la televisión colombiana en paralelo con videos innovadores en géneros y formatos a nivel mundial; para la selección de los contenidos del cine-foro es necesaria una investigación detallada de las parrillas de programación de todos los canales regionales del país y de experiencias innovadoras alrededor del mundo, con el fin de hacer una muestra representativa de los contenidos por cada género y formato televisivo existente.

Número máximo de personas: 100

Número de videos a proyectar: Un total de 32 materiales, correspondientes a una selección de 2 videos por cada género y formato, uno nacional y otro internacional: ficción, no ficción, híbridos, sitcom, telenovela, documental, formativo temático, reportaje, docudrama, noticiero, concurso, musical, stand up, reality, talk show y magazine (16 géneros y formatos diferentes).

Duración de la actividad: 8 horas distribuidas en 2 bloques de 4 horas cada uno.

Horario sugerido: 9:00 am a 1:00 pm y de 3:00 a 7:00 pm

Orientación metodológica:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica del cine-foro

Visualización de la primera tanda de géneros y formatos con intervenciones del tallerista cada 15 minutos con preguntas orientadoras sobre el contenido

Preguntas del público sobre la primera tanda de visualización

Reflexión por parte de los talleristas con conclusiones de la primera tanda de visualización

Inscripción para personas que deseen hacer parte del taller teórico-práctico el día 2

Pausa para el almuerzo

Bienvenida por parte de los talleristas a la segunda tanda de visualización y explicación de la dinámica de la actividad

Visualización de la segunda tanda de géneros y formatos con intervenciones del tallerista cada 15 minutos con preguntas orientadoras sobre el contenido

Preguntas finales del público

Reflexión por parte de los talleristas con conclusiones de la actividad en general

Inscripción para personas que deseen hacer parte del taller teórico-práctico el día 2

Preguntas orientadoras:

¿Qué fortalezas pudieron observar en el contenido?

¿Cuáles debilidades pudieron identificar en el contenido?

¿Qué oportunidades de mejora les sugerirían a los realizadores del contenido?

¿Consideran que existe alguna amenaza para los espectadores en el contenido?

Día 2 - Taller teórico-práctico: El objetivo del taller teórico-práctico es la escritura o mejora de un contenido audiovisual pensado para televisión regional en conversación con las posibilidades que ofrece la TDT y la innovación en géneros y formatos. Para esto se elaborará o mejorará: el nombre, formato, rango de edad, duración, sinopsis, caracterización de personajes, creación del universo narrativo de la historia y sintonía con las posibilidades TDT del proyecto.

Número máximo de personas: 48

Duración de la actividad: 8 horas distribuidas en 2 bloques de 4 horas cada uno.

Horario sugerido: 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm.

Orientación metodológica:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica del taller

Taller teórico-práctico¹ por medio de visualización de ejemplos y escritura por subgrupos de 4 personas de: nombre, formato, rango de edad, duración y sinopsis

Espacio para almorzar

Taller teórico-práctico por medio de visualización de ejemplos y escritura por subgrupos de 4 personas de: caracterización de personajes, universo narrativo de la historia y sintonía con las posibilidades TDT

Cierre del taller y explicación de la actividad planeada para el día 3

Día 3 - *Pitch*: El objetivo de la sesión es exponer los proyectos escritos en el día 2 a personas influyentes del sector: gerente del canal regional, realizadores experimentados y productores independientes, con el fin de recibir retroalimentaciones que nutran el proyecto y visualizar posibilidades reales para el desarrollo de sus contenidos.

Número máximo de personas: 48

Duración de la actividad: 6 horas distribuidas en 2 bloques: uno de 2 horas y otro de 4 horas.

Horario sugerido: 10:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Orientación metodológica:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica del pitch

Espacio de 2 horas para los participantes, donde podrán preparar y ensayar sus pitches con la orientación de los talleristas (4 subgrupos por tallerista)

Almuerzo

Momento para el pitch de los 12 proyectos con retroalimentaciones de los jurados invitados (nota: es necesario tener una conversación previa con los jurados donde se les explique las posibilidades que ofrece la TDT y las puedan incluir en sus recomendaciones a los participantes)

Cierre y evaluación de la actividad por medio de preguntas orientadoras a los asistentes

Preguntas orientadoras:

¿Cómo valoran el proceso creativo? Desde el cine-foro hasta el pitch

¿Cuál fue el mayor reto en la creación de sus contenidos?

¿Cuál fue la posibilidad de la TDT que más les llamó la atención? ¿Por qué?

¿Cómo cambió su percepción en la creación de contenidos antes y después del taller?

¿Van a pensar de ahora en adelante en la implementación de las posibilidades TDT en sus contenidos?

Video-instalación de alto relacionamiento con las audiencias

El objetivo de la video instalación es reflexionar sobre las posibilidades que ofrece la TDT en el relacionamiento con la audiencia; para esto se hará una investigación y selección de

contenido a nivel mundial que presente un alto relacionamiento con sus audiencias, haciendo especial énfasis en aquellos que utilizan la TDT como centro de la estrategia.

Nombre de la actividad: Video-instalación TDT: oportunidades de relacionamiento con las audiencias por medio de contenidos audiovisuales

Lugares sugeridos para la actividad: 1 universidad por cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 1 día, 8 horas distribuidas en 2 bloques de 4 horas cada uno

Horario sugerido: 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Número máximo de personas por bloque: 50 (100 personas en total)

Cantidad de talleristas por región: 10

Número de videos a proyectar: Un total de 50 materiales, correspondientes a una selección de 5 videos por cada característica de relacionamiento con la audiencia: contenidos que involucraron a sus audiencias en la creación de contenidos, contenidos interactivos, contenidos multimedia, audiencias como fuente de investigación, prosumers, youtubers, bloggers, audiencias como fuente de inspiración, creaciones colaborativas y contenidos realizados con crowdfunding.

Descripción de la actividad por región: En cada región se dispondrá de un espacio amplio con 10 mesas temáticas (tipo Feria de la Ciencia del Parque Explora) en cada mesa se podrán visualizar simultáneamente 5 experiencias, cada computador con 2 personas, las experiencias estarán clasificadas por características de relacionamiento con la audiencia, la actividad en cada mesa tendrá una duración de 20 minutos, los participantes podrán rotar por las mesas libremente siempre y cuando no se sobrepase el límite máximo de 10 personas por mesa; al final de cada mesa los participantes (docentes, estudiantes y público en general) podrán consignar en un mural de recolección de saberes sus apreciaciones de la experiencia.

Orientación metodológica por mesa:

Disposición del montaje y video-instalación

Bienvenida a los 10 espectadores y explicación de la dinámica de la actividad

Visualización de las experiencias

Reflexión del material visualizado por medio de preguntas orientadoras

Cierre de la actividad

Escritura de impresiones en el muro de recolección de saberes

Rotación libre de los asistentes por el espacio

Preguntas orientadoras:

¿Qué les llamó la atención del contenido visualizado?

¿Cómo consideran que fue el relacionamiento de ese contenido de su audiencia?

Cómo futuros creadores de contenido ¿Se han preguntado por el relacionamiento con la audiencia de sus contenidos?

¿Consideran que es importante que sus contenidos tengan relacionamiento con la audiencia?

¿Qué aspectos de la TDT facilitan el relacionamiento con las audiencias?

Taller teórico-práctico de emprendimiento y financiación

El objetivo del taller es socializar con los estudiantes de programas relacionados con la creación de contenidos, sobre las posibilidades de financiación y emprendimiento que genera la TDT, con el fin de elaborar una propuesta de producción de un contenido que se encuentre en fase de desarrollo.

Nombre de la actividad: Taller teórico-práctico: oportunidades de emprendimiento y financiación por medio de la TDT

Lugares sugeridos para la actividad: 1 universidad por cada región (Santanderes, Pacífico, Antioquia, Eje Cafetero, Caribe, San Andrés y Providencia, Andina) 7 regiones en total.

Duración de la actividad por región: 1 día y medio

Cantidad de talleristas por región: 2

Horario sugerido:

Día 1: de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 pm

Día 2: de 8:00 am 12:00 m

Número máximo de personas: 20

Descripción de la actividad por región: En cada región se abrirá una convocatoria previa de proyectos dirigida a estudiantes relacionados con la creación de contenidos, con el fin de identificar los proyectos que se encuentren en una fase de desarrollo más avanzada, una vez seleccionados los 20 proyectos, se hará con ellos un taller de producción y emprendimiento, con el fin de ayudarles a identificar oportunidades empresariales de su producto.

El día 2 los participantes tendrán la oportunidad de recibir una asesoría personalizada de sus proyectos con el ente empresarial de su región (por ejemplo, Cultura E en Antioquia) y evaluar con compañía de expertos la viabilidad de sus proyectos.

Día 1: Orientación metodológica del taller teórico-práctico:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas y explicación de la dinámica del taller

Taller teórico-práctico1 por medio de visualización de ejemplos y escritura por proyecto de: presupuesto, desglose de producción, flujograma, organigrama y cronograma

Espacio para almorzar

Taller teórico-práctico2 por medio de visualización de ejemplos y escritura por proyecto de: posibles mercados, ferias, convocatorias y opciones empresariales de sus proyectos

Cierre y evaluación de la actividad por medio de preguntas orientadoras a los asistentes

Día 2: Orientación metodológica del taller teórico-práctico:

Bienvenida a los asistentes por parte de los talleristas al ente empresarial de su región

Asesorías personalizadas por parte de los expertos del ente empresarial a cada uno de los proyectos

Los talleristas realizan el cierre y evaluación de la actividad por medio de preguntas orientadoras

Preguntas orientadoras:

¿Cómo valoran la actividad realizada?

¿Cuál fue el mayor descubrimiento relacionado con financiación y emprendimiento que les dejó el taller?

¿Qué se viene con sus proyectos?

¿Cómo valoran las oportunidades que ofrece la TDT en cuanto a financiación y emprendimiento?

Actores Estatales

Si bien el proceso de transición a la TDT en Colombia ha avanzado desde 2008, aún existe una notoria desarticulación entre los organismos que tiene competencia en la coordinación de la migración a digital. Por ello, es urgente alinear a las distintas entidades del Estado para aprovechar las competencias y capacidades de cada una, y especialmente para que la implementación de la TDT se proyecte como un proyecto articulado de Estado.

Es importante destacar que de acuerdo con lo dispuesto en la ley 182 de 1995, la Televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, razón por la cual es responsabilidad de los diferentes organismos que constituyen el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, articular una política sólida, coherente y articulada para el exitoso proceso de migración del servicio público de televisión digital terrestre.

Mediante las diferentes actividades de cooperación promovidas por la Unión Europea y posteriormente una consultoría realizada por la OIT en Colombia, se han definido hojas de ruta para el proceso de implementación de la TDT, las cuales articulan desde sus roles a las diferentes entidades del estado.

En la siguiente tabla se esbozan los elementos claves para el despliegue del Modelo en lo que respecta a este actor y los grupos que lo conforman.

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	ANTV MINCULTURA	MINTIC CRC	MINTIC ANTV

	<p>MINEDUCACIÓN</p> <p>CÁMARAS DE COMERCIO</p> <p>GOBERNACIONES Y ALCALDÍAS</p>	<p>ANE</p> <p>RTVC</p> <p>ICONTEC</p>	<p>MINCULTURA</p> <p>GOBERNACIONES Y ALCALDÍAS</p>
<p>PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN</p>	<p>Reconocimiento y apropiación de la urgencia que reviste la finalización de la implementación TDT.</p> <p>Comprometerse en la articulación interinstitucional para la promoción de la TDT.</p>	<p>Comprometerse en la articulación interinstitucional para asegurar el despliegue, monitoreo y mantenimiento de la señal TDT.</p>	<p>Comprometerse con el fomento de contenidos de calidad que fortalezcan la oferta de TDT.</p> <p>Apoyar la creación de nuevas señales de TDT.</p>
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<p>Reuniones periódicas</p> <p>Actualización del plan de articulación</p>	<p>Creación de cronogramas para la estructuración conjunta del cese de emisión analógica y</p>	<p>Generación de recursos informativos y didácticos para sensibilizar a las</p>

	<p>entre entidades estatales</p> <p>Generación de material consultivo sobre potencial social de TDT para uso y difusión por las entidades estatales</p>	<p>los pilotos de cese de señales analógicas.</p>	<p>entidades territoriales.</p> <p>Consolidación de los comités y líneas de trabajo conjunto con los ministerios implicados en el sector</p>
<p>RECURSOS- MATERIALES CONTENIDOS Y ALIADOS</p>	<p>Equipos de proyección audiovisual.</p> <p>Material de papelería</p> <p>Equipos de cómputo.</p>	<p>Material de papelería</p> <p>Equipos de cómputo.</p>	<p>Equipos de creación audiovisual.</p> <p>Material de papelería</p> <p>Equipos de cómputo.</p>
<p>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN</p>	<p>Conversatorio sobre el nivel de satisfacción y pertinencia de los materiales elaborados.</p>	<p>Acuerdos sobre el plan elaborado para el cese de señal analógica.</p>	<p>Preguntas orientadas a identificar el nivel de satisfacción y sensibilización con las propuestas generadas.</p>

Dimensión social: ANTV, Mincultura, Min educación, Cámaras de Comercio, Gobernaciones y Alcaldías

Si bien el proceso de transición a la TDT en Colombia ha avanzado desde 2008, aún existe una notoria desarticulación entre los organismos que tiene competencia en la coordinación de la migración a digital. Por ello, urgente alinear a las distintas entidades del Estado para aprovechar las competencias y capacidades de cada una, y especialmente para que la implementación de la TDT se proyecte como un proyecto articulado de Estado.

Es importante destacar que de acuerdo con lo dispuesto en la ley 182 de 1995, la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, razón por la cual es responsabilidad de los diferentes organismos que constituyen el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, articular una política sólida, coherente y articulada para el exitoso proceso de migración del servicio público de televisión digital terrestre.

Mediante las diferentes actividades de cooperación promovida por la Unión Europea y posteriormente una consultoría realizada por la OIT en Colombia, se han definido hojas de ruta para el proceso de implementación de la TDT, las cuales articulan desde sus roles a las diferentes entidades del Estado.

Propósitos de Formación

Generar en las entidades estatales el sentido de urgencia que reviste la finalización de la implementación TDT y de la importancia de este paso para el desarrollo del ecosistema audiovisual nacional.

Comprometer a las entidades estatales de interés en el proyecto con la actualización y potenciación de los protocolos, comités y canales de comunicación interinstitucionales con el fin de que cada una promueva desde sus competencias la implementación de la TDT.

Temas o contenidos

Inminencia del apagón analógico y su impacto social, económico y cultural: fechas de cese de señales analógicas, implicaciones del cese para comunidades, canales y generadores de contenidos; alternativas a la recepción *broadcast* ante la desconexión.

Responsabilidad y competencias de los distintos organismos estatales en la apropiación de la TDT por parte de la ciudadanía.

Posibles estrategias de apropiación ante el cese de señales analógicas y los pilotos de apagado que se deben realizar.

Actividades y procesos propuestos para el abordaje de los temas y contenidos.

Reuniones periódicas con el Comité Consultivo de TDT conformado por MINTIC, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Autoridad Nacional de Televisión, la Agencia Nacional del Espectro y los gerentes de los canales regionales de televisión. Las reuniones estarán orientadas a reconocer las capacidades y competencias de cada actor en el despliegue TDT y en potenciar su impacto benéfico en la población.

Actualización del plan de articulación entre entidades estatales recomendado por la OIT para la promoción de la TDT, a partir de los documentos presentados por la UE y la hoja de ruta propuesta por la OIT.

Generación de material consultivo sobre potencial social de TDT para uso y difusión por las entidades estatales. Con la información que surja del comité consultivo donde se expongan las capacidades de cada entidad en el proceso, se generará material en video e infografía, pensados para circulación web, con exhortaciones a posibles acciones específicas y datos clave.

Dimensión tecnológica: MinTIC, CRC, ANE, ICONTEC, RTVC [2]

Situación a la que responde el Modelo

Si bien el proceso de transición a la TDT en Colombia ha avanzado desde 2008, aún existe una notoria desarticulación entre los organismos que tienen competencia en la coordinación de la migración a la televisión digital. Esta articulación es sumamente importante pues permitirá que el proceso sea un proyecto de Estado, que vincule a todas las entidades que de una u otra forma tienen competencia en el sector telecomunicaciones, lo que redundará en un proceso de digitalización y cese analógico mucho más expedito, organizado y coordinado.

Propósito de Formación

Comprometer y articular a las entidades estatales involucradas en el proceso de cese de señales analógicas y en el posterior proceso de dividendo digital en la generación conjunta de un cronograma y una estrategia para llevar a cabo ambos desafíos en los plazos apropiados y con la mayor eficiencia.

Temas o contenidos

Dividendo digital: características y naturaleza del espectro electromagnético en Colombia; administración y regulación del espectro; liberación de espectro en el escenario

Cese de señal analógica: proceso, fechas, consecuencias y contingencias del cese analógico; responsabilidades y competencias de los diferentes actores estatales contemplados en la presente estrategia.

Pilotos de apagado de las señales analógicas: cronograma, municipios piloto, revisión del plan de socialización del proceso en las comunidades; plan de evaluación del proceso, posibles contingencias.

Actividades y procesos propuestos para el abordaje de los temas y contenidos.

1. Generación de una estrategia y un cronograma con el Comité Consultivo TDT, que parta del presente modelo, para la estructuración conjunta del cese de emisión analógica y los pilotos de cese de señales analógicas. Para ello es necesario hacer un contacto directo con los funcionarios y directivos relacionados directa o tangencialmente con la implementación de la TDT y el cese de señales analógicas.
2. Con anticipación a las reuniones, se enviará a los directivos y funcionarios material didáctico respecto a los temas mencionados, que serán elaborados en el marco de la estrategia de implementación del Modelo para el actor *Canales y proveedores de contenido*.

Dimensión Contenidos: MINTIC, ANTV, Min cultura, Gobernaciones y Alcaldías

El potencial de la TDT para aumentar la oferta y calidad de los contenidos de TV abierta está subutilizado en Colombia. Dada que hay escasa oferta de contenidos públicos, especialmente para algunas audiencias, como los niños y los jóvenes, ha sido difícil presentar a la población la televisión abierta como una alternativa completa para toda la familia, lo que disminuye la viabilidad de promocionar la TDT como una opción. Es allí donde se requiere generar articulaciones basadas en información técnica y social de calidad y en las necesidades reales de la transición en lo tocante a contenidos.

Propósito de formación

Garantizar el compromiso y la participación de las entidades estatales y los entes territoriales en el fomento, financiación y producción de contenidos públicos para la TDT, mediante una evaluación de las competencias y capacidades de cada uno respecto al fomento de contenidos y una priorización conjunta de temas, géneros y formatos a fomentar.

Temas y contenidos

Características de los contenidos para la TDT en el contexto de la convergencia digital y la multipantalla.

Potencial de las subseñales TDT como plataformas o apoyos audiovisuales a procesos de administración pública y participación ciudadana:

Servicios anexos a la emisión digital, canales de información digitales transmitidos por TDT y con posibilidad de ser usados como líneas de información institucional para el ciudadano.

Características de los contenidos y servicios aptos para aprovechar las subseñales y servicios anexos TDT.

Actividades y procesos

Generación de un catálogo de recursos y servicios de la TDT que pueden ser usados por las entidades e instituciones para un enlace más eficiente con la ciudadanía. El catálogo estará en la web y se elaborará un video de 3-5 minutos exponiendo sucintamente las posibilidades de la TDT para esta función.

Generación de recursos informativos y didácticos para sensibilizar a las entidades territoriales sobre la importancia de fomentar o aprovechar los contenidos de la TDT. Se generarán series de videos cortos para web y redes sociales, con información sucinta y didácticamente orientada sobre las características que, según los resultados de las investigaciones de diversas instituciones, deben tener los contenidos de la televisión abierta para hacerla competitiva y aumentar su impacto social.

Consolidación de los comités y líneas de trabajo conjunto con los ministerios implicados en el sector, para articularlos a las necesidades de generación de contenidos de la TDT.

Hogares y Consumidores finales

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	Padres y tutores Niños	Adolescentes	Hogares y consumidores finales
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	Reconocimiento de la TDT como opción gratuita de entretenimiento e información.	Conocimiento detallado de toda la cadena tecnológica de recepción, instalación y uso de dispositivos TDT.	Conocer detalladamente la oferta de contenidos en sus regiones Promover el consumo de contenidos de la televisión abierta vía TDT
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	Diseño, generación y difusión de campañas amplias audiovisuales para	Diseño, generación y difusión de campañas amplias	Diseño, generación y difusión de campañas amplias audiovisuales para

	TV y medios sociales	audiovisuales para TV y medios sociales	TV y medios sociales
	Activaciones en espacios públicos con cobertura TDT.		Activaciones en espacios públicos con cobertura TDT.
RECURSOS- MATERIALES CONTENIDOS Y ALIADOS	Equipos de proyección audiovisual. Material de papelería Equipo de producción audiovisual. Equipos de cómputo.	Equipo de producción audiovisual. Equipos de cómputo.	Equipos de proyección audiovisual. Material de papelería Equipo de producción audiovisual. Equipos de cómputo.
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Preguntas de satisfacción, visualización y apropiación.	Consulta por la visualización y apropiación de contenidos.	Preguntas de satisfacción, visualización y apropiación.

Dimensión social: Padres, tutores, y niños

Una gran parte de la población colombiana no se ha familiarizado con las posibilidades de la TDT como opción de entretenimiento e información, es decir que de acuerdo con los diferentes ejercicios de diagnóstico realizados hasta ahora y anteriormente referenciados, se requiere una profundización en los mecanismos de socialización y sensibilización de los colombianos, respecto de los beneficios y alcances de la Televisión Digital Terrestre.

Propósito de formación

Generar en los miembros de los hogares reconocimiento de la TDT como opción gratuita de entretenimiento e información, mediante campañas y activaciones de marca, mediante campañas pedagógicas de concepto emocional emitidas por medios masivos de comunicación y con actividades también en espacios públicos de alta concurrencia.

Temas y contenidos

Características diferenciales de la TDT: gratuidad, calidad de audio e imagen, cobertura, aumento de la oferta televisiva y acceso contenidos públicos de calidad.

Impacto potencial de la TDT en el desarrollo social, cultural y económico del país, al promover una mejor y más variada televisión que llegue a una mayoría de la población.

Actividades y procesos propuestos

Diseño, generación y difusión de campañas amplias audiovisuales para TV y medios sociales: se planearán desde el modelo pedagógico propuesto, y con apoyo de canales regionales, una serie de spots televisivos, anuncios de alto impacto para prensa (impresa y digital) que serán realizados por una productora o agencia independiente con enfoque en publicidad emocional de impacto.

Activaciones en espacios públicos concurridos de municipios, corregimientos y barrios con cobertura TDT: en una selección estratégica de municipios y corregimientos donde se quiera promocionar la TDT se realizarán actividades no anunciadas para promover la marca TDT asociada a calidad, gratuidad y oferta. Las activaciones serán planeadas con los medios regionales de cada área, socializadas con los entes administrativos de los municipios y llevadas a cabo por empresas y colectivos culturales.

Evaluación de la eficacia y aceptación de las estrategias mediante encuestas selectivas a una muestra de la población alcanzada.

Evaluación de la eficacia e impacto de las estrategias al corto plazo, mediante sondeos didácticos que busquen establecer si la población alcanzada comienza a considerar la marca TDT como una alternativa para el consumo televisivo.

Dimensión tecnológica: Jóvenes entre los 12 y los 18 años

La instalación y uso de las antenas y decodificadores TDT se hace complicada para muchas personas en los hogares, pues implica reconocer, adquirir e instalar una variedad de elementos que, como antenas y decodificadores, y tener en cuenta las características, antigüedad y especificaciones de los televisores que hay en el hogar. La instalación además (excepto en el caso de unidades con antenas colectivas) debe hacerse televisor por televisor, lo que causa que, en hogares con diferentes antigüedades y referencias en los equipos, el proceso pueda ser muy confuso y desmotive a las personas.

Propósito de formación

Fomentar en los jóvenes un conocimiento detallado de toda la cadena tecnológica de recepción, instalación y uso de dispositivos TDT, mediante campañas que generen interés, para convertir a esta población en jalonadores y promotores espontáneos de la digitalización y motivarlos a encargarse de la instalación de los equipos en sus hogares.

Temas y contenidos

Características de dispositivos, televisores, decodificadores y antenas requeridas para sintonizar las señales TDT.

Programación y sintonización de la TDT luego de la instalación de los equipos tecnológicos requeridos.

Actividades y procesos propuestos

Diseño, generación y difusión de campañas amplias audiovisuales para TV y medios sociales, invitando a los adolescentes y jóvenes a convertirse en “digitalizadores de la TV”. Los materiales serán emitidos por canales de televisión abierta y suscripción (mediante pauta) de mayor consumo por parte de jóvenes, pero habrá un énfasis especial en piezas para medios sociales. Se comisionarán productoras o agencias para general los contenidos planeados y se difundirán mediante agencias de medios.

Evaluación de la eficacia inmediata (alcance y comprensión) de las campañas, mediante sondeos virtuales y presenciales.

Dimensión Contenidos: Hogares y consumidores finales

A seis años del inicio de la implementación de la TDT en Colombia, y cuando las antenas garantizan ya una cobertura de casi 80% de la población, los sondeos muestran que muchos hogares no conocen la oferta de contenidos de la TDT y las posibilidades para una futura ampliación de las subseñales y diversificación de oferta. Por ello, no muestran interés en la TDT o la confunden con la programación de la TV por suscripción, lo que genera descontento cuando esperan que en la TDT les brinde los canales que están en la TV de pago. Esto requiere una estrategia amplia que convoque a los hogares y negocios del país, especialmente de las zonas con baja cobertura de TV por suscripción, para que reconozcan y se apropien de la TDT desde su oferta de programación.

Propósitos de formación

Apoyar a los miembros de los hogares para que conozcan detalladamente la oferta de contenidos que la TDT brinda para sus regiones, y que la reconozcan como una opción de calidad para su entretenimiento e información diferente a la TV por suscripción.

Promover el consumo de contenidos de la televisión abierta vía TDT en los hogares colombianos como complemento a otros servicios como la TV por suscripción, las plataformas de video en Internet (OTT de video) o los medios sociales.

Temas y contenidos

Oferta de contenidos de la TDT: TV abierta, contenidos de interés general y opciones de información en la TDT, canales nacionales; características y diferenciales de la programación en los canales públicos y privados, oferta de subseñales.

Diferencias entre la programación y los contenidos de la TDT y otros servicios de televisión y video por suscripción o en Internet: oferta de canales nacionales, contenidos de proximidad, gratuidad; facilidad de conexión y consumo de contenidos abiertos.

Actividades y procesos propuestos

Diseño, generación y difusión de campañas amplias audiovisuales para TV y medios sociales: se planearán desde el modelo pedagógico propuesto, y con apoyo de canales regionales, una serie de spots televisivos, anuncios de alto impacto para prensa (impresa y digital) que serán realizados por una productora o agencia independiente con enfoque en publicidad emocional de impacto. Estos spots se emitirán preferiblemente por medios televisivos (abiertos y por suscripción), que tienen mayor cobertura para todas las audiencias.

Activaciones en espacios públicos concurridos de municipios, corregimientos y barrios con cobertura TDT: en una selección estratégica de municipios y corregimientos donde se quiera promocionar la TDT se realizarán actividades no anunciadas para promover la marca TDT asociada a calidad, gratuidad y oferta. Las activaciones serán planeadas con los medios regionales de cada área, socializadas con los entes administrativos de los municipios y llevadas a cabo por empresas y colectivos culturales.

Evaluación de las estrategias (tanto de las campañas en medios como de las activaciones en plaza pública) mediante sondeos que evalúen la apropiación ciudadana de los contenidos de la TDT.

Gremios y Asociaciones

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	<p>Redes de padres</p> <p>ONG (Comunicación pública)</p> <p>Fundaciones empresariales</p> <p>ASOCAJAS</p> <p>ANDI</p> <p>FENALCO</p>	<p>ACIEM</p> <p>Consortio de canales privados</p> <p>ASOTIC</p> <p>ANDI</p> <p>FENALCO</p>	<p>ASOMEDIOS</p> <p>ANDA</p>
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	<p>Reconocimiento y apropiación de la urgencia que reviste la finalización de la implementación TDT.</p>	<p>Comprometerse en la articulación interinstitucional para asegurar el despliegue, monitoreo y mantenimiento de la señal TDT.</p>	<p>Comprometerse con el fomento de contenidos de calidad que fortalezcan la oferta de TDT.</p>

	<p>Comprometerse en la articulación interinstitucional para la promoción de la TDT.</p>		<p>Apoyar la creación de nuevas señales de TDT.</p>
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<p>Publicación digital periódica</p> <p>Levantamiento y divulgación de un directorio de las industrias en Colombia</p> <p>Talleres presenciales sobre expansión multiplataforma</p> <p>Talleres presenciales sobre proyectos transmedia</p>	<p>Reuniones periódicas</p>	<p>Reuniones informativas</p> <p>Generación de recursos informativos</p>

RECURSOS- MATERIALES CONTENIDOS Y ALIADOS	Equipos de proyección audiovisual.	Equipos de proyección audiovisual.	Equipos de proyección audiovisual.
	Material de papelería	Material de papelería	Material de papelería
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Preguntas de conocimiento y grado de satisfacción.	Conversación sobre grado de satisfacción.	Conversación sobre grado de satisfacción.

Dimensión social: Redes de padres, ONG, Fundaciones empresariales, ASOCAJAS, ANDI, Fenalco

El plan piloto para el cese de emisiones analógicas de televisión, también conocido como *“apagón analógico”* o *“encendido digital”*, comenzará en Colombia de forma escalonada en cinco municipios durante el primer semestre de 2019, y continuará hasta cubrir las metas de despliegue TDT en el resto del país. Es importante la vinculación de las asociaciones y los gremios empresariales en la difusión de esta información a la ciudadanía, así como el reconocimiento y la apropiación de los beneficios de este servicio gratuito como parte de las estrategias misionales que impulsa cada institución.

Situación a la que responde el Modelo

Falta conocimiento y articulación por parte de muchas asociaciones y del sector empresarial sobre la TDT como ecosistema de medios, gratuitos para la población, fruto de iniciativas y

esfuerzos tanto públicos como privados, orientados al desarrollo social del país. Es preciso también divulgar la inminencia del cese de emisiones analógicas que iniciará en 2019, y participar de las acciones pertinentes en cada región.

Propósitos de formación

Organizaciones sociales: dada su cercanía misional con los procesos comunitarios de comunicación, educación y cultura, estas asociaciones tienen un rol clave en la articulación interinstitucional para la promoción y apropiación de la TDT por parte de la población en las regiones del país, para lo cual deberán definirse los compromisos y acompañar las acciones que conducen a tales fines, entre las que se destacan:

Fomentar el conocimiento público sobre los beneficios de la señal TDT

Fomentar la apropiación de los contenidos que se emiten a través de la TDT

Promover la creación de nuevos contenidos multiplataforma que interactúen con la TDT.

Divulgar las buenas prácticas asociadas a la implementación y uso de la TDT.

Implementar estrategias educativas y de comunicación que aceleren la apropiación de la TDT por parte de la población colombiana en las diversas regiones.

Fomentar el hábito de comprar los aparatos y accesorios con garantía.

Divulgar las características recomendables para adquirir la antena, el decodificador y el televisor.

Gremios empresariales: Desde sus áreas específicas de actividad económica, cada gremio propenderá por el reconocimiento y apropiación de la TDT en aspectos relacionados con la articulación interinstitucional, en el marco de un compromiso nacional en pro de una efectiva implementación de la TDT en Colombia, a través de acciones como:

Divulgar la urgencia que reviste la finalización de la implementación TDT.

Implementar estrategias comerciales que mejoren la disponibilidad y aceleren la adquisición de dispositivos TDT.

Temas y contenidos

Características sociales, económicas y culturales de la TDT.

Estrategias educativas y de comunicación que permitan acelerar la apropiación de la TDT.

Reconocimiento y análisis de la oferta de contenidos en TDT para cada región del país.

Participación en el diseño y apoyo a la implementación de nuevos canales temáticos en temas de infancia y juventud, entre otros.

Fomento de las industrias creativas nacionales para la generación de nuevos contenidos para la TDT.

Expansiones multiplataforma y usos didácticos de los contenidos que se emiten a través de la TDT.

Estrategias comerciales y financieras para impulsar la venta legal de dispositivos TDT.

Actividades y procesos propuestos

Ciclos regionales de reuniones informativas y deliberativas sobre los aspectos y temas mencionados.

Publicación digital periódica (con inscripción previa) que presente y analice la oferta de contenidos de los canales

Levantamiento y divulgación de un censo/directorio actualizado de las industrias creativas en Colombia

Apoyo a la realización de talleres presenciales sobre proyectos de expansión multiplataforma de contenidos audiovisuales para TDT, en las ciudades con canales regionales

Apoyo a la realización de talleres presenciales sobre el diseño y materialización de proyectos transmedia, en ciudades con presencia de canales regionales

Apoyo a la realización de un diplomado virtual de oferta nacional sobre proyectos de expansión multiplataforma de contenidos audiovisuales para TDT

Apoyo a la realización de un diplomado virtual de oferta nacional sobre el diseño y materialización de proyectos transmedia, en ciudades con presencia de canales regionales

Dimensión tecnológica: ACIEM, Consorcio canales de privados, ASOTIC, ANDI, Fenalco

Se requiere una mayor articulación de la ANTV, MINTIC y los canales públicos con el sector privado y con las asociaciones, de cara al despliegue tecnológico de la TDT, especialmente en el proceso de cese de emisiones analógicas.

Propósitos de formación

Comprometer a los actores en la articulación interinstitucional para asegurar el despliegue, monitoreo y mantenimiento de la señal TDT.

Divulgar el estado actual y las metas de despliegue técnico para la finalización de la red TDT.

Divulgar los tipos de certificaciones técnicas existentes para TDT.

Monitorear las características técnicas de los televisores, antenas y decodificadores que se están importando o produciendo en Colombia.

Consensuar, divulgar y aplicar un conjunto de normas técnicas que aseguren los mínimos técnicos deseados para los televisores, antenas y decodificadores.

Fomentar y supervisar la entrega y cumplimiento de garantías sobre equipos y servicios.

Divulgar y verificar la aplicación de normas RITEL sobre antenas colectivas en techos y terrazas, para construcciones nuevas y construcciones existentes.

Temas y contenidos

Dividendo digital: características y usos del espectro; liberación de espectro gracias a la digitalización.

Compartición de información de monitoreo de las señales TDT.

El cese de emisiones analógicas y la obsolescencia de la red analógica de televisión en Colombia.

Simulcast: simultaneidad de redes analógicas y digitales.

Estado actual y metas del despliegue técnico para la finalización de la red TDT.

Diseño e implementación de estrategias comerciales que mejoren la disponibilidad y aceleren la adquisición de dispositivos TDT.

Actividades y procesos propuestos

Reuniones periódicas con representantes de las entidades y organizaciones mencionadas. La periodicidad de las reuniones se acordará con las asociaciones y entidades participantes, y podrán ser virtuales o presenciales, según lo que requieran las actividades y deliberaciones a realizar.

Generación de material impreso y digital para guía de las entidades del sector y las asociaciones, con textos, tablas, gráficos didácticos que permitan identificar claramente las principales especificaciones y requerimientos técnicos que los actores deben tener en cuenta en sus procesos de apoyo a la implementación, monitoreo y despliegue tecnológico de la TDT.

Dimensión Contenidos: Asomedios, ANDI

Para que sea viable la apropiación social de la TV digital es indispensable una mayor oferta y variedad de contenidos para las señales TDT. Esta oferta, a su vez, depende de la viabilidad de la TV abierta, depositada en recursos que provienen de la financiación directa, el patrocinio y la publicidad, que permitan la generación de subseñales acordes a las necesidades del sector productivo y empresarial nacional y el mantenimiento de la oferta propia de los canales que están en abierta.

En este contexto, los gremios de anunciantes son esenciales para garantizar dicha viabilidad, y por ello es esencial que estas asociaciones asuman un papel protagónico y activo en las estrategias TDT y reconozcan en la plataforma abierta digital un importante campo de anuncio y promoción de servicios y bienes, además de las oportunidades de generación de contenidos en los que se promocionen dichos servicios.

Propósitos de formación

Comprometer a los gremios de anunciantes y de empresarios con el fomento de contenidos de calidad que fortalezcan la oferta de TDT.

Apoyar la creación de nuevas señales de TDT basadas en los requerimientos del sector empresarial y productivo de Colombia.

Evaluar las opciones de financiación de subseñales y contenidos para TDT desde las necesidades y perspectivas comerciales.

Temas o contenidos

Dinámicas de producción y emisión de publicidad y campañas en la TDT: espacios publicitarios, posibilidades de pauta y patrocinio según la clasificación de los canales en el servicio televisivo abierto.

Características sociodemográficas de los diferentes segmentos de población con cobertura TDT.

Cobertura potencial de la TDT y estrategias de ampliación desde la generación de contenidos y subseñales

Actividades y procesos propuestos

Reuniones informativas y de articulación con representantes y directivos de asomédios y la ANDI. Las reuniones buscarán inicialmente establecer una línea base para el trabajo coordinado, que consistirá

Elaboración un cronograma para la distribución de los recursos informativos y planeación nuevas actividades con Asomédios, ANDI y otros actores de la dimensión que surjan en la primera etapa de reuniones.

Generación de recursos informativos y didácticos, en video y material gráfico/texto digital, sobre el potencial de la TDT para la publicidad en televisión radiodifundida y para la diversificación de oferta de contenidos comerciales.

Canales de televisión abierta y radiodifusión TDT

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	Directivos, personal, y contratistas de los canales	Técnicos e ingenieros de los canales	Productores y realizadores de contenidos
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	1. Comprender y explorar mejores estrategias de relacionamiento con las audiencias.	1. Reconocimiento y apropiación de las posibilidades de monitoreo y medición de la calidad del servicio. 2. Reconocimiento y apropiación de la flexibilidad de programación, configuración y ancho de banda del multiplexor. 3. Incorporación de la TV dentro del ecosistema digital.	1. Comprensión de las posibilidades de expansión de la programación. 2. Fomentar los contenidos de proximidad (culturales, deportivos sociales, educativos) 3. Diseño de contenidos en el contexto de la

			comunicación transmedia.
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	Reuniones informativas Talleres sobre conocimiento de audiencias Talleres sobre articulación de canales.	Compilación, publicación de documentos y manuales basados en los ciclos de capacitación provistos por la Unión Europea	Generación de recursos didácticos. Ciclos de capacitación
RECURSOS- MATERIALES - CONTENIDOS Y ALIADOS	Equipos de proyección audiovisual Material de papelería	Insumos de papelería Equipos de cómputo.	Equipos de proyección audiovisual. Material de papelería
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Preguntas de conocimiento y grado de satisfacción.	Revisión y validación de los documentos.	Preguntas de conocimiento y grado de satisfacción.

Dimensión social: Directivos, personal y contratistas de los canales

Los canales que emiten en TDT no han explorado suficientemente las posibilidades diferenciales de la TDT en cuanto a su relacionamiento con las audiencias. Debido a esto, los

canales están haciendo una transición a TDT sin modificar sus estrategias de promoción, ni generar nuevas formas de conocimiento, relación e interacción con los grupos sociales y hogares a los que se dirigen, lo cual los están privando de verdaderos contenidos de proximidad, con mayor identificación y participación de los televidentes y, por tanto, mayor utilidad social del canal.

Propósitos de formación

Aumentar en los canales que emiten por señal abierta de televisión la conciencia de las posibilidades que la TDT les brinda en cuanto al relacionamiento con sus audiencias.

Explorar, diseñar e implementar nuevas estrategias de relacionamiento con las audiencias, en clave de televisión de proximidad.

Temas y contenidos

Estudios de audiencias en la era TDT: metodologías, ejemplos internacionales, diferencias en el relacionamiento con la audiencia a partir de las ventajas de la digitalización; adquisición y creación de insumos para contenidos de proximidad.

Estrategias de comunicación pública en el tema TDT, desde los canales de televisión.

Estrategias para la expansión multiplataforma de los contenidos más relevantes de la parrilla

Generación de contenidos nuevos para los subcanales digitales de la TDT

Articulación de los canales nacionales y regionales, públicos y privados, con las industrias creativas colombianas

Modelo de apropiación TDT generado por la ANTV (actual propuesta).

Actividades y procesos propuestos

Reuniones informativas y de planeación con las directivas y equipos de comunicaciones de los canales, para fortalecer la articulación y acompañamiento de la ANTV, y demás entidades estatales. En las reuniones se recopilarán las inquietudes y propuestas de los canales respecto a su labor social en el contexto TDT, respecto a la articulación de los canales con las industrias creativas, y también respecto a la creación de nuevos contenidos para los subcanales digitales de la TDT; se buscará dar respuestas y generar compromisos para la concreción de soluciones a los desafíos que se plantean.

Talleres:

Sobre conocimiento de las audiencias y su nivel de apropiación de la TDT: serán talleres de 4 horas de duración para directivos y encargados de medios y audiencias de los canales, en los que se explicarán y pondrán en práctica principios metodológicos del estudio de audiencias en el contexto TDT, y se analizará cómo estos estudios pueden ser utilizados para aumentar la eficiencia en la programación y la comunicación del canal.

Sobre las posibilidades de expansión multiplataforma de los contenidos de la parrilla (4 horas).

Articulación entre los canales y la industria creativa regional: buenas prácticas de integración (2 horas).

Dimensión tecnológica: Técnicos e ingenieros de los canales

Una de las razones por las cuales fue elegido el estándar europeo de televisión digital, DBV-T2, es su flexibilidad en la configuración respecto a los demás estándares (americano y japonés), permitiendo cambiar muy rápidamente los anchos de banda asignados a cada una de las señales que se encuentren en el multiplexor. Esta ventaja no es aun suficientemente conocida y practicada por los responsables de la calidad técnica en los canales. También, es muy importante contar con unos protocolos y procesos claros para realizar el monitoreo sobre la calidad del servicio en cada uno de los canales regionales. Por último, deben explorarse, desde lo técnico, nuevas posibilidades para mejorar el flujo de trabajo de la señal abierta de televisión, así como su relación con los demás componentes del ecosistema digital de medios.

Propósitos de formación

Generar en el personal técnico de los canales reconocimiento y apropiación de la flexibilidad de programación, configuración y ancho de banda del multiplexor.

Generar reconocimiento y apropiación de las posibilidades y técnicas de monitoreo y medición de la calidad del servicio.

Acelerar la incorporación de la TV dentro del ecosistema digital de medios.

Temas y contenidos

Programación, configuración y ancho de banda del multiplexor.

Monitoreo y medición de calidad de las señales TDT

Mejoras al flujo de trabajo de la señal digital de televisión en los diferentes procesos del canal

Actividades y procesos propuestos

Compilación, publicación de documentos y manuales basados en los ciclos de capacitación provistos por la Unión Europea sobre:

Monitoreo de la señal

Configuración del múltiplex

Flujo de trabajo de la señal en el canal

Paquete de 6 Videoconferencias, dos por cada temática, por convenio entre los canales y el área de ingeniería de TV3 (Cataluña).

Dimensión Contenidos: Productores y realizadores de contenido

La televisión abierta colombiana, especialmente la pública, presenta un amplio desafío por la escasez de contenidos competitivos y de calidad disponibles, lo que repercute en la dificultad de promocionar la TDT como una opción ante otras plataformas como la TV por suscripción o el video en internet.

Aunque se presenta un crecimiento en cantidad y calidad durante los últimos años, el proceso debe acelerarse para que aumente la eficacia del proceso de implementación de la TDT, y se debe basar en el potencial de los contenidos de proximidad, que son los que dan una ventaja real a la TV abierta sobre canales internacionales.

Propósitos de formación

Generar en los encargados de generación y programación de contenidos en los canales, una comprensión amplia de las posibilidades de expansión de la programación que brinda la TDT, y como esta depende de nuevas dinámicas y capacidades para la producción.

Fomentar la producción os contenidos de proximidad (culturales, deportivos sociales, educativos) como principal ventaja competitiva y factor para generar un vínculo entre los canales, las audiencias y la marca TDT como vehículo natural de este tipo de contenidos.

Fortalecer el diseño de contenidos en el contexto de la comunicación transmedia, como parte de la digitalización y la articulación de los canales al ecosistema audiovisual convergente.

Temas y contenidos

Contenidos de proximidad: qué son, cuáles son sus características y sus diferenciales respecto a otro tipo de contenidos nacionales e internacionales; como apoyarse en los estudios de audiencias

Diseño y producción de contenidos para el ecosistema digital convergente.

Actividades y procesos propuestos

Generación de recursos didácticos sobre posibilidades y dinámicas de los contenidos de proximidad, sus características y la forma como se pueden utilizar insumos de los estudios de audiencias para aumentar la utilidad social y la identificación con el canal. Se producirán cartillas digitales, videos didácticos y tutoriales, así como un subsitio web con dichos recursos y referentes nacionales y mundiales.

Ciclos de capacitaciones en diseño y producción de contenidos de proximidad para el ecosistema digital y multipantalla:

En concordancia con los canales se planearán talleres de un día en el que, basados en un insumo de estudio de audiencias, los equipos creativos de canales y productoras asociadas planearán proyectos televisivos de cercanía en los que se aproveche la convergencia para proponer canales de interacción entre los contenidos en TDT y los medios sociales.

Distribuidores y Retailers

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	Propietarios, directivos y empleados de comercio tecnología.	Importadores, distribuidores y vendedores. Instaladores, reparadores. Vendedores y promotores.	Vendedores y promotores.
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	Reconocimiento y apropiación de la importancia que tienen la gratuidad y la cobertura de la señal TDT. Reconocimiento y apropiación de la normatividad que regula el comercio de TDT.	Reconocimiento y apropiación de las ventajas de la señal TDT (alta definición). Reconocimiento y apropiación de los aspectos técnicos de la instalación de la señal TDT. Reconocimiento y apropiación de los aspectos técnicos de	Reconocimiento y apropiación de la mayor oferta de contenidos (En comparación con la TV analógica)

		<p>los dispositivos de recepción de la señal TDT.</p> <p>Dar información clara sobre las vías de solución a los problemas que se puedan presentar en el uso de la TDT</p>	
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	<p>Generación de recursos didácticos (impresos y audiovisuales).</p>	<p>Generación de recursos didácticos (impresos y audiovisuales).</p> <p>Activaciones de marca</p>	<p>Generación de recursos didácticos.</p> <p>Generación de piezas promocionales.</p>
RECURSOS- MATERIALES Y CONTENIDOS ALIADOS	<p>Equipos de cómputo</p> <p>- Equipos audiovisuales</p> <p>Material de papelería</p>	<p>Equipos de cómputo</p> <p>Equipos audiovisuales</p> <p>Material de papelería</p>	<p>Equipos de cómputo</p> <p>Equipos audiovisuales</p> <p>Material de papelería</p>

<p>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN</p>	<p>Preguntas orientadoras que permitan identificar el reconocimiento y la apropiación de la TDT.</p>	<p>Preguntas orientadoras que permitan identificar el reconocimiento y la apropiación conceptual de la TDT.</p>	<p>Preguntas orientadoras que permitan identificar el reconocimiento y la apropiación conceptual de la TDT.</p>
----------------------------------	--	---	---

Dimensión social: Propietarios, directivos y empleados de comercio de tecnología

Los agentes del comercio en tecnología (importadores, distribuidores, encargados de tiendas y almacenes y vendedores de televisores, antenas y decodificadores) representan un paso fundamental en la divulgación y comunicación de las ventajas de la TDT para el desarrollo social, pues son el contacto directo de los ciudadanos que son atraídos por las campañas mediáticas sobre la transición a la TDT. Sin embargo, a menudo estos agentes no están capacitados en la importancia social de la digitalización, por lo que es urgente involucrarlos en el proceso.

Propósito de formación

Lograr que los agentes del comercio tecnológico relacionado con la televisión reconozcan y se apropien de la importancia que tienen la gratuidad y la cobertura de la señal TDT para el desarrollo social, la equidad y la inclusión.

Familiarizar a los agentes del comercio tecnológico relacionado con la televisión con la normatividad que regula el comercio de TDT para brindar un servicio confiable y responsable en un contexto de legalidad.

Temas o contenidos

Valores diferenciales sociales de la TDT frente a otras tecnologías: gratuidad, cobertura universal, calidad de imagen y sonido, posibilidades ampliadas de inclusión y accesibilidad.

Certificaciones y normatividad que regulan el comercio legal en relación con la TDT

Actividades y procesos propuestos

Generación de recursos didácticos (impresos y audiovisuales) sobre el valor diferencial de la TDT para el desarrollo social, dirigidos a los agentes del comercio tecnológico. Se generarán videos cortos basados en el modelo pedagógico, en los que aparezcan vendedores de tecnología actuando como replicadores de mensajes concisos y contundentes, que puedan ser apropiados y repetidos por los agentes en los almacenes durante las asesorías de venta y posventa.

Generación y distribución de recursos didácticos (impresos, gráficos virtuales y video web) para dar a conocer y generar apropiación entre los agentes del comercio tecnológico sobre la normatividad que regula la TDT en el aspecto comercial en un contexto de legalidad.

Dimensión tecnológica: Importadores, distribuidores y vendedores. Instaladores, reparadores. Vendedores y promotores.

Actualmente, muchas personas pertenecientes a la cadena del comercio de aparatos y accesorios para la TDT no cuentan con la suficiente claridad en la información, para guiar a los clientes de manera acertada en sus necesidades y decisiones. Es urgente que los comerciantes de artículos relacionados con la TDT tengan un rol de información y de enlace con los ciudadanos consumidores, pues son ellos el contacto directo con los ciudadanos que deciden instalar y utilizar la TDT.

Propósito de formación

- Generar en los agentes del comercio tecnológico el reconocimiento y la apropiación de las ventajas de la señal TDT en alta definición.
- Generar el reconocimiento y la apropiación de los aspectos técnicos relacionados con la instalación de la señal TDT en los hogares y negocios, por parte de los agentes del comercio.
- Promover en los agentes del comercio el reconocimiento y la apropiación de los aspectos técnicos relacionados con los dispositivos y pasos de configuración para lograr una adecuada recepción de la señal TDT.
- Capacitar a los agentes del comercio para que puedan dar información clara sobre las vías de solución a los problemas que se puedan presentar en el uso de la TDT.

Temas o contenidos

Ventajas técnicas de la señal gratuita en HD: calidad, posibilidad de subseñales y de canales de información alternos; posibilidades tecnológicas y requerimientos para accesibilidad.

Estrategias para un adecuado acompañamiento a los consumidores en la adquisición, instalación y configuración de los equipos TDT.

Actividades y procesos propuestos

Generación de recursos didácticos e informativos, como folletos didácticos impresos, videos e infogramas para medios sociales, sobre aspectos tecnológicos de la TDT en los procesos de recepción y de configuración por parte del usuario final.

Activaciones de marca a planearse con los comités y entidades del sector, en grandes superficies y establecimientos seleccionados de venta de tecnología, para la entrega y explicación del uso de los recursos TDT.

Dimensión Contenidos: Vendedores y promotores

Se requiere una participación más activa de los empleados del comercio tecnológico en la promoción de la TDT desde su oferta de contenidos, pues son la interfaz más clara entre el ciudadano y el proceso de implementación de la TDT en Colombia.

Propósito de formación

Generar en los empleados del comercio tecnológico reconocimiento y apropiación de la mayor oferta de contenidos de la TDT, en comparación con la TV analógica), para que estos se conviertan espontánea y voluntariamente en promotores de los contenidos de calidad de la TDT.

Temas o contenidos

Esenciales de parrilla, programación, conceptos de TV pública y privada.

Oferta de contenidos de la TDT: contenidos infantiles y juveniles, servicios informativos, subcanales.

Señales radiales por TDT: oferta actual, posibilidades de uso del múltiples de ciertos canales, características del consumo de radio desde el televisor.

Contenidos de proximidad ofrecidos por los canales en TDT.

Actividades y procesos

Generación de recursos didácticos digitales y audiovisuales sobre la oferta de contenidos de la TDT. Estos contenidos deben mantenerse actualizados y poder ser usados como fuente de información para el empleado del comercio.

Generación de piezas promocionales de los más destacados contenidos en la TV abierta, dirigidas a medios sociales y espacios promocionales propios del sector de comercio tecnológico.

Comunicadores, Influenciadores y Publicistas

DESGLOSE / DIMENSIÓN	A. SOCIAL	B. TECNOLÓGICA	C. CONTENIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	<p>Colectivos de comunicación comunitaria y líderes sociales</p> <p>Celebridades de farándula, deporte y vida social, influenciadores en redes sociales, líderes de opinión</p>	<p>Periodistas y expertos especializados en temas tecnológicos</p>	<p>Emisoras y periódicos locales, periodistas regionales y nacionales, creativos e infografistas en las agencias de publicidad</p> <p>Directores y creadores de medios (programas, canales)</p>
PROPÓSITO - OBJETIVO DE FORMACIÓN	<p>Reconocer y fomentar el uso de la TDT como opción gratuita para el entretenimiento y la información de la ciudadanía.</p>	<p>Construcciones narrativas sobre la cadena tecnológica de recepción, instalación y uso de dispositivos TDT.</p>	<p>Conocer y divulgar la oferta actualizada de contenidos en sus regiones.</p>

	<p>Promover interacciones con las comunidades locales, para el aprovechamiento del potencial formativo que ofrecen los contenidos de calidad en TDT.</p>	<p>Dar información clara sobre las vías de solución a los problemas que se puedan presentar en el uso de la TDT.</p>	<p>Promover el consumo de contenidos de la televisión abierta vía TDT.</p> <p>Fomentar la TDT como plataforma diferencial para el lanzamiento de campañas publicitarias que aprovechen la mejor calidad de imagen y sonido en HD.</p>
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</p>	<p>Diseño y generación de recursos audiovisuales.</p> <p>Talleres con líderes comunitarios.</p>	<p>Diseño y creación de recursos audiovisuales y gráficos.</p> <p>Estrategia de medios sociales</p>	<p>Diseño y generación de recursos.</p> <p>Ciclos de encuentros regionales.</p>

	Estrategia de medios sociales		
RECURSOS- MATERIALES - CONTENIDOS Y ALIADOS	Equipos audiovisuales Material de papelería	Equipos audiovisuales Material de papelería Equipos de cómputo.	Equipos audiovisuales Material de papelería Equipos de cómputo.
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN	Preguntas intencionadas orientadas a la identificación de conocimientos y grado de satisfacción.	Preguntas intencionadas orientadas a la identificación del grado de satisfacción.	Preguntas intencionadas orientadas a la identificación del grado de satisfacción.

Dimensión social: Colectivos de comunicación comunitaria y líderes sociales. Celebridades de farándula, deporte y vida social, influenciadores en redes sociales, líderes de opinión.

La actual época de las comunicaciones trae el surgimiento de canales directos que permiten que líderes sociales, celebridades, personalidades públicas y líderes de opinión tengan una relación fluida y bidireccional con sus audiencias y seguidores. Esos canales tienen el potencial de ser un eje de la comunicación en procesos sociales y económicos de gran envergadura, como es el caso de la implementación de la TDT en Colombia. Por tanto, estas

personas deben ser informadas sobre los aspectos sociales más relevantes de la digitalización de la TV e invitadas a ser parte activa de un proceso con notables beneficios para la sociedad.

Propósito de formación

Generar en personalidades de influencia y líderes sociales reconocimiento de la TDT como opción gratuita para el entretenimiento y la información de la ciudadanía, capaces y dispuestos a fomentar el consumo de TV abierta.

Promover interacciones con las comunidades locales, para optimizar el aprovechamiento del potencial formativo que ofrecen los contenidos de calidad en TDT.

Temas o contenidos

Características generales y ventajas de la TDT para el desarrollo social.

Potencial informativo y educativo de los contenidos regionales y de proximidad de las señales de TDT para las comunidades y sociedades.

Actividades y procesos

Diseño y generación de recursos audiovisuales (videos para web y medios sociales, spots radiales) que cuenten, en una narrativa didáctica y atractiva, las ventajas de la TDT y la inminencia del cese de señales analógicas. Los recursos deberán ser de un atractivo y una calidad pedagógica que los convierta en piezas viralizables, de modo que puedan ser replicados espontáneamente por líderes de opinión.

Talleres con líderes comunitarios:

En un primer momento (se propone invitarlos a almuerzos de socialización en un local de su municipio o comunidad) se les informará de las generalidades de la importancia social de la TDT para el desarrollo, la inclusión social, y se aclararán dudas.

Como actividad práctica central del taller se construirá con dichos líderes un mapa de usos potenciales de la TDT, según lo conversado en el primer momento del taller, y se hará un registro final.

Estrategia de medios sociales para alcanzar con contenidos divertidos, didácticos y de calidad sobre TDT, los medios sociales de las figuras públicas a alcanzar.

Dimensión tecnológica: Periodistas y expertos especializados en temas tecnológicos.

Las secciones de tecnología de los medios colombianos, así como las publicaciones web tipo blog o sitios especializados en tecnología, televisión y telecomunicaciones, no han asumido un papel de divulgadores de la transición TDT, por lo que no se está aprovechando una de las más eficientes plataformas de información para el público.

Propósito de formación

Crear y difundir construcciones narrativas que permitan la fácil y eficiente apropiación de conceptos y técnicas sobre la cadena tecnológica de recepción, instalación y uso de dispositivos TDT.

Brindar recursos para que los periodistas, medios especializados y comentaristas de tecnología puedan darles a sus seguidores o públicos información clara sobre las vías de solución a los problemas que se puedan presentar en el uso de la TDT.

Temas o contenidos

Generalidades tecnológicas de la TDT: razones para su implementación, ventajas, características, HD, posibilidades.

Cadena tecnológica de la TDT: equipos, dispositivos, adquisición, instalación, sintonización y programación.

Cese de señales analógicas: proceso, plazos, efectos.

Actividades y procesos

Generación de una narrativa de énfasis pedagógico y didáctico en la que se destaquen, de manera fácilmente asimilable para comunicadores y analistas del sector tecnológico y de telecomunicaciones, las principales características y ventajas de la TDT y los procesos de instalación y programación. Los mensajes mostrarán el proceso como algo fácil y ventajoso, pero con una exposición honesta de los posibles problemas y cómo solucionarlos.

Diseño y creación de recursos audiovisuales y gráficos que integren los mensajes diseñados en el contacto comunicacional de los analistas y expertos de los medios elegidos.

Estrategia de medios sociales para que los recursos diseñados lleguen de manera eficiente a los analistas y comentaristas seleccionados.

Dimensión Contenidos: Emisoras y periódicos locales, periodistas regionales y nacionales, creativos e infografistas en las agencias de publicidad. Directores y creadores de medios (programas, canales).

El potencial social y cultural de la TDT y la posibilidad de ampliación de programación y generación de nuevas señales dependerán en buena medida de la viabilidad financiera de los canales que se emiten en ella.

Dicha viabilidad está ligada en parte a que la nueva televisión abierta sea una plataforma apropiada para la emisión de publicidad y la producción de nuevos programas de índole comercial e institucional. Garantizar que este potencial sea reconocido implica informar y motivar a los miembros del sector creativo, comunicacional y publicitario, y hacerlos parte activa del proceso de implementación de la TDT.

Para todo el sector de comunicaciones y publicidad es importante reconocer la TDT como la nueva televisión abierta en Colombia.

Propósito de formación

Facilitar a los comunicadores y creativos el conocimiento de la oferta actualizada de contenidos en sus regiones.

Empoderar al sector creativo y medios de comunicación en la promoción del consumo de contenidos de la televisión abierta vía TDT.

Fomentar la TDT entre el sector publicitario y de comunicaciones como plataforma diferencial para el lanzamiento de campañas publicitarias que aprovechen la mejor calidad de imagen y sonido en HD.

Temas o contenidos

Características diferenciales y ventajas de la TDT respecto a otras plataformas de emisión y difusión audiovisual: cobertura, gratuidad, calidad, novedad.

Posibilidades de la TDT para las campañas publicitarias, promocionales e institucionales.

Potencial de la señal abierta gratuita y en HD para la emisión de programas y campañas institucionales.

Actividades y procesos

Diseño y generación de recursos (videos para web y medios sociales, gráficos impresos y folletos digitales) que informen a integrantes de los sectores creativo, publicitario y de medios sobre las generalidades y ventajas de la TDT y las posibilidades que brinda para la promoción y emisión de campañas.

Ciclos de encuentros regionales con representantes de medios de comunicación de cada región y presencia de representantes de los canales regionales, con el fin de resolver dudas y construir estrategias desde el sector para el aprovechamiento de la TDT.

Bibliografía

Becco, G. (2011). Vygotski y las teorías sobre el aprendizaje. Retrieved from <http://www.monografias.com/trabajos/teorapren/teorapren.shtml>

Barraza, A. (2002, Abril). Constructivismo social: un paradigma en formación. Psicología Científica. Retrieved from Recuperado de: psicologiacientifica.com

De Zubiría Samper, J. (2006). Los modelos pedagógicos: hacia una pedagogía dialogante. Coop. Editorial Magisterio.

Farcombe & GSMA (2013). Practical recommendations for digital switch over. https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2013/02/Digital_Switch-Over_Guide_Plum.pdf

Flournoy, D. (2004). The Broadband Millenium: Communication technologies and Markets. International Engineering Consortium.

Flórez, R. (2005). Pedagogía del conocimiento. Bogotá: McGraw-Hill.

Flórez, R. (1998). Hacia una pedagogía del conocimiento. Bogotá: Editorial Mc Graw Hill.

González Agudelo, E. M. (1999). Corrientes pedagógicas contemporáneas. Medellín: Universidad de Antioquia.

Grant, A. (2006). Communication technology update (10th ed.). Amsterdam; Boston: Focal.

International Telecommunications Union. (2017). Guidelines on Communications Strategies for the Transition from Analogue to Digital Terrestrial Broadcasting. https://www.itu.int/en/ITU-D/Technology/Documents/Broadcasting/ADGuidelines_Oct12.pdf

Ivic, I. (1997). Lev S. Vygotsky. In Thinkers on education. Paris [s.l.]: UNESCO Oxford & IBH.

Loya, H. (2008). Los modelos pedagógicos en la formación de profesores. Revista Iberoamericana de Educación, 46(3), 1-8.

Mergel, B. (1998, May). Diseño instruccional y teorías de aprendizaje. Universidad de Saskatchewan.

Ortíz, A. (2009). Implicaciones de las teorías de aprendizaje en los modelos pedagógicos.

OTI (2016). Mejores Prácticas en la Transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT).

<https://www.otitelecom.org/wp-content/uploads/2017/05/OTI-mejores-practicas-en-la-transicion-a-la-television-digital-terrestre-TDT.pdf>

Rodríguez Miranda, C. (2012). Política y políticas para la TDT en Argentina y Chile: ¿ruptura del statu quo? Cuadernos de Información 31, pp.79-88.

<http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.31.448>

Wikipedia (2018) Digital television transition.

https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_television_transition#Digital_switchover_at_a_glance