



EDUCACIÓN Y PARTICIPACIÓN A TRAVÉS DE LA ITV: ¿ESTÁ PREPARADO NUESTRO MEDIO? Reflexión sobre las posibilidades de la ITV para la educación y la participación teniendo en cuenta las competencias tecnológicas previas

Autor

Érika Jaillier Castrillón (erika.jaillier@upb.edu.co)

Sandra María López Muriel (sandralopezm@gmail.com)

Martha Sofía Prada Molina (martha.prada@upb.edu.co)

José Julián Herrera (josejulianherrera@hotmail.com)

Margarita María Cruz Amaya (margarita.cruz@upb.edu.co)

Danny Quintero Posso (danny.quintero@upb.edu.co)

Título en inglés

Education and participation through ITV: our environment is ready?

Tipo de artículo

De reflexión derivado de investigación o de tesis de grado

Eje temático

Tecnologías emergentes

Resumen

En 2019 y 2020 se espera que Colombia y buena parte de los países de América Latina hagan definitivamente el tránsito a la televisión digital. Las posibilidades tecnológicas de la televisión digital, hacen pensar en mayores oportunidades de interacción y de participación en la producción de contenidos, de información y de conocimiento. Sin embargo, ¿qué tan preparada está la población para hacer frente a estas alternativas de innovación socio - tecnológica? ¿Será posible hablar de una verdadera Televisión Interactiva en nuestro medio? ¿Hay condiciones que hagan posible pensar en procesos educativos a partir de la plataforma que podría ofrecer la iTV? Este artículo propone una mirada a las condiciones sociales actuales con miras al cambio digital desde la participación y la educación.

Abstract

In 2019 and 2020 is expected to Colombia and most of Latin American countries will definitely make the transition to digital television. The technological possibilities of digital television, suggest greater opportunities for interaction and participation in content production, information and knowledge. However, how the population is prepared to address



these alternatives socio technological innovation? Is it possible to speak of a true interactive TV in our midst? Are there conditions that make it possible to think of educational processes from the platform that could provide the iTV? This article offers a view at current social conditions in view of the digital shift from participation and education.

Palabras clave

Televisión interactiva, participación, educación mediada por tecnologías, capacidades endógenas de la población.

Key words

Interactive television, participation, education mediated by technology, endogenous capacities of the population.

Datos de la investigación, a la experiencia o la tesis

Este artículo es una reflexión derivada de la investigación titulada SUBPROYECTO 5: Investigación e innovación en contenido e interactividad para la sociedad de la información y el conocimiento, perteneciente al Macroproyecto Sistema experimental de televisión interactiva (S-ITV). Diseñado para dar soporte con énfasis inicial al foco de educación, de ARTICA –Agencia Regional de Tecnologías de Información y de Comunicación Aplicadas.

Trayectoria profesional y afiliación institucional del autor o los autores

Sandra María López Muriel

Doctora y Magister en Telecomunicaciones. Grupo de Investigación Desarrollo y aplicación en Telecomunicaciones e Informática. GIDATI-UPB. Coordinadora Subproyecto.

Martha Sofía Prada Molina

Candidata a doctorado en Proyectos e Innovación. Grupo de Investigación en Estudios en Diseño. GED – UPB.

Erika Jaillier Castrillón

Doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación. Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. GICU – UPB.

Margarita María Cruz Amaya

Asistente de investigación. Grupo de Investigación en Estudios en Diseño GED-UPB.

José Julián Herrera

Asistente de investigación. Grupo de Investigación en comunicación Urbana –GICU- UPB.

Danny Quintero Posso

Asistente de investigación Grupo de Investigación Desarrollo y aplicación en



Telecomunicaciones e Informática. GIDATI-UPB

Referencia bibliográfica completa

Jaillier Castrillón, López Muriel, Prada Molina, Herrera, Cruz Amaya, y Quintero Posso (2010). Educación y participación a través de la ITV: ¿está preparado nuestro medio? Reflexión sobre las posibilidades de la ITV para la educación y la participación teniendo en cuenta las competencias tecnológicas previas (De reflexión derivado de investigación o de tesis de grado) Revista Q, 5 (9), 25, julio-diciembre. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co>

Cantidad de páginas

25 páginas

Fecha de recepción y aceptación del trabajo

14 de agosto de 2010 – 11 de septiembre de 2010

Aviso legal

Todos los artículos publicados en REVISTA Q se pueden reproducir en otros medios de comunicación sin ánimo de lucro, siempre y cuando se cite la fuente completa: tanto los datos del autor del artículo como de la publicación. En medios con ánimo de lucro se debe contar con la autorización expresa del autor; en tal caso se debe citar la fuente completa de la publicación original (incluyendo los datos del autor y los de la Revista).

Introducción

La televisión ha sido tradicionalmente el medio de mayor penetración en la sociedad de la ciudad de Medellín, el 94% de un total de 2'040.800 habitantes son usuarios de televisión. Por las características de integración multimedia que ofrece, la televisión tiene un poder de penetración cultural formidable: influye en la información y refuerzo de valores sociales, en la configuración de patrones de conducta, y ejerce un enorme poder de influencia sobre las opiniones y actitudes de los miembros de la sociedad familiar y su entorno (Ramírez Alvarado, 2007).

Hasta hace algunos años la televisión sólo permitía la transmisión de señales sin opción de respuesta directa por parte del usuario. Sin embargo, a pesar de ser un elemento de comunicación totalmente pasivo, en la mayoría de los hogares (principales usuarios) el aparato



receptor de televisión ocupa un lugar muy significativo: en muchos casos se ha convertido en el centro de reunión de las familias. (Morduchowicz, 2003)

En la actualidad, y gracias a los avances tecnológicos, la televisión está dando el paso hacia su siguiente nivel: el cambio de la señal analógica a la señal digital (DTV), o “difusión de las señales de televisión que utiliza la más moderna tecnología digital para transmitir de forma optimizada imagen y sonido de mayor calidad, permitiendo ofrecer adicionalmente otros servicios interactivos o de acceso a la Sociedad de la Información” (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2009).

Ante la inminente entrada de la DTV, prevista para un reemplazo definitivo en el país para el año 2017, cabe preguntarse: ¿Cómo asumir este cambio tecnológico y aprovechar las posibilidades que ofrece a los hogares colombianos? La investigación llevada a cabo por el proyecto “*Investigación e innovación en contenido e interactividad para la sociedad de la información y el conocimiento*”, en el que han trabajado los autores, integra aspectos relativos a la innovación, la tecnología y la sociedad para dar respuesta a esta pregunta.

Para comenzar este artículo, se presentan algunos elementos sobre la concepción de la televisión digital en Colombia. Luego, se conceptualizarán los temas de interactividad y participación desde el punto de vista tanto tecnológico como social y finalmente, se hace una reflexión sobre los retos desde la educación para la Televisión Digital Interactiva en Colombia.

COMPRENDER LA TELEVISIÓN DIGITAL INTERACTIVA

Cuando se habla de televisión y de otros objetos tecnológicos en el área de las Comunicaciones y la Información, se trata un tema que implica varias dimensiones desde el punto de vista técnico y tecnológico. Por un lado está el aparato o dispositivo en sí mismo; por el otro, todo el sistema de producción, transmisión y comercialización del producto televisivo (los contenidos y, en el caso de la televisión digital, los servicios posibilidades de utilización) y, como última, pero no menos importante, la dimensión sociotecnológica, es decir, la relación hombre –máquina y sus dimensiones específicas: relación hombre – dispositivo (lo que en muchos casos tiene que ver con



las interfaces), la relación hombre – contenidos (que hace referencia al mensaje y los medios, modos y recursos comunicativos utilizados) y la relación hombre –hombre gracias a la mediación del dispositivo tecnológico.

En la televisión digital se transforma la imagen, el audio y los datos en información digital, es decir, en bits, a diferencia de la televisión análoga, que los transformaba en señales electrónicas no binarias. Al hacer referencia a la DTV desde sus posibilidades y limitaciones tecnológicas debe tenerse en cuenta tanto el medio de transmisión: terrestre, satelital o *pod* medio guiado (cable) y la calidad de la transmisión que se requiere o se dispone. De este modo, surgen términos técnicos diferentes: Televisión Digital Estándar (SDTV), la Televisión Digital Mejorada (EDTV) Televisión de Alta Definición (HDTV) y la transmisión de datos y la transmisión de programas múltiples, y, en nuestro caso, la aplicación de la Televisión Digital Terrestre con fines interactivos.

Entre las ventajas de la evolución hacia la televisión digital, la interactividad es la que representa el mayor cambio de paradigma en la cotidianidad de las personas puesto que incrementa el aprovechamiento de la tecnología y las posibilidades sociales, económicas y culturales que el mismo individuo puede generar. Las representaciones sociales¹ de la televisión tradicional o analógica indican cómo para el usuario de este medio, la congregación a su alrededor, la creación de estereotipos y la pasividad eran las notas predominantes en su doble condición de herramienta y modo de construcción de la realidad. Incluso, en el estereotipo formado hasta ahora sobre la televisión aparecía la interactividad en sus niveles más básicos: recepción y selección entre unas alternativas propuestas.

Considerada como herramienta, quien accedía a la televisión debía aprender los mecanismos propios del dominio del artefacto. Al lograr un uso adecuado del mismo, en la medida en que fuera competente en las destrezas de una perilla, de un control remoto o de una pantalla táctil como hasta ahora indican los avances tecnológicos, se lograba un uso tecnológico avanzado.



Como modo de construcción de la realidad, la televisión se ha considerado en las encuestas de los últimos diez años, el medio más apropiado para el conocimiento de la realidad y del entorno². De hecho, el aparato era colocado en un lugar común del hogar hasta hace algunos años y, hoy, en cambio, la tendencia es que se ubique en la alcoba principal³. El usuario interactuaba así con el dispositivo de manera pasiva y con tendencia a la individualización, pero mostraba además una domesticación cada vez más amplia del objeto tecnológico.

Como medio de comunicación, la televisión tradicional implica un proceso indirecto y en paralelo: las personas podían participar en el desarrollo de programas televisivos a través de la elección de una opción específica (vía telefónica o internet), enviar mensajes de texto para ser observados en pantalla o la reconocida participación en vivo. El televidente interactuaba entonces con unos contenidos ofrecidos desde el emisor del producto audiovisual, y el objeto (el televisor), funcionaba solo como un transductor de los mensajes ofrecidos.

En la actualidad los estándares para la televisión interactiva constituyen un factor esencial para las redes de televisión digital ya que permiten la creación de contenidos interactivos que no dependen de los diferentes estándares de transmisión ni de los decodificadores (Set-top-box), de modo que se logra una relación totalmente transparente frente a los usuarios finales.

Los estándares de televisión interactiva se han desarrollado de manera que permiten canales de retorno (Clarasó, Baldo, Benelli, Daino, & Zambon, 2009), los cuales cumplen con el propósito de transportar la información que el usuario envía como petición o respuesta a otros usuarios, o al operador del servicio. Así, entran en juego ya no una, sino las tres dimensiones citadas anteriormente.



INTERACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN

Partiremos de unas definiciones básicas sintetizadas en el siguiente cuadro:

Tabla 1. Definición y relación entre interacción y participación.

ASPECTOS TÉCNICOS	ASPECTOS DESDE EL USUARIO	PARTICIPACIÓN	INTERACCIÓN TÉCNICA
Nivel 0. El sistema da opciones	Nivel 0. Recepción	Participación pasiva	---
Nivel 1. Cierto control del usuario	Nivel 1. Recepción Selectiva	Participación Selectiva	Interacción Local
Nivel 2. Acciones de interacción limitada	Nivel 2. Percepción, intervención en opciones propuestas	Participación Selectiva desde acciones concretas y limitadas (Hacer parte)	Interacción Local
Nivel 3. Ramificaciones de contenidos y de opciones del sistema.	Nivel 3. Intervención por transformación de contenidos y construcción colaborativa	Participación transformativa (Tomar parte). Se relaciona con la posibilidad de introducir cambios al sistema y a sus contenidos de modo individual o grupal de modo limitado.	Interacción Limitada
Nivel 4. Permite	Nivel 4.	Participación constructiva	Interacción



transformación del sistema y co-creación de este y de los contenidos	Transformación y Creación de contenidos y del Objeto (nuevos usos sociales).	(Tener parte). Apunta a la cocreación de contenidos y a la creación o innovación tecnológica y social colaborativa.	Real
--	--	---	------

Para ampliar el cuadro anterior, cabe decir que el concepto de interactividad abarca una amplia variedad de disciplinas, aunque su aplicación actual suele vincularse a la informática y la telemática. Desde estos dos campos, es vista como la capacidad de las computadoras para responder a los requerimientos de los usuarios. Como sucede en parte con la televisión tradicional, la máquina y sus posibilidades técnicas juegan un papel fundamental en la interacción mediante unos protocolos de comunicación o unos modos de uso tecnológicos posibilitados desde los creadores o desde los emisores.

No obstante, desde el ámbito comunicacional, Sheizaf Rafaeli, uno de los teóricos más destacados en los estudios de interactividad, define ésta como la interrelación de mensajes sucesivos, donde la transformación del mensaje original en uno nuevo no es completamente previsible antes de su ejecución (Rafaeli citado por Said, 2009), sino que depende enteramente de la respuesta de quien lo recibe. De esta forma, hay diversos factores que hacen parte de la interactividad.

En referencia a lo puramente humano/individual se cuentan la percepción, la memoria, y la manera de procesar la información internamente: el sujeto recibe el mensaje interactivo y reacciona ante él gracias a sus facultades o habilidades psicocognitivas. En un nivel más amplio (en lo humano/grupal) se citan: el nivel de interactividad que se ofrece frente a los contenidos televisivos, el grado de trascendencia pública que puedan tener los contenidos aportados por el lector o usuario, así como el nivel de la discusión y el grado de aportación al debate público de ideas, que se genera a partir de los usos sociales del dispositivo (Rost, 2004).



A lo anterior deben sumársele las diferentes dimensiones de la relación Hombre- Máquina, que, además implican tres posibilidades que se deben tener en cuenta:

1. La reflexión de interactividad que se centra en el dispositivo en sí mismo: la interacción que le exige el producto al usuario
2. La reflexión que se centra en el usuario: se refiere al control del usuario sobre los procedimientos de interacción y sobre los contenidos.
3. La reflexión que se centra en el diálogo entre usuario y los contenidos: diálogo que debe producirse entre el usuario y los contenidos, un diálogo dinámico que no sólo podemos medir por las acciones que el usuario realiza sino también por las que no realiza -o al menos no son visibles-, esto es: cuando el material interactivo provoca no sólo la acción sino también la reflexión y la participación constructiva. Aquí entra en juego realmente el tema de las competencias tecnológicas y las posibilidades educativas de la iTV.

Esto da lugar a la definición de los niveles de interactividad y de participación que presentamos en la tabla de inicio de este apartado. Gracias a estos niveles podríamos afirmar que la interacción más avanzada, así como la participación más compleja y completa se da donde la información se transforma conforme con la interacción de usuarios que trabajan colectivamente.

La interactividad así entendida, implica pensar en las posibilidades para ampliar el acceso a la información, de modo que conduzca a la construcción del conocimiento y aumente las posibilidades de competencias en las personas, y por tanto, genere verdadera innovación social. Para que esta última se dé, es preciso que las innovaciones tecnológicas se perciban como productos sociales, que salen de las necesidades de la comunidad y vuelven a ellas después del ciclo tecnológico, transformadas, desideologizadas pero con unos usos sociales y unas prácticas sociales, culturales y comunicativas que llevan a ejercer un impacto generalizado y diferenciado. Solo entonces puede hablarse de innovación social.



El impacto de la innovación tecnológica y social se reconoce en las acciones, hechos y actividades que producen cambios en las conductas, actitudes y prácticas sociales, lo que supone transformaciones en las mismas, para resolver problemas, carencias o necesidades propias o del colectivo.

Los escenarios del cambio están posibilitados por la tecnología, la información y la comunicación y tendrán efectos mucho más significativos si adquieren un enfoque hacia la innovación social. Las TIC como elemento transversal, desde su naturaleza impactarán significativamente la sociedad en diferentes ámbitos, entre ellos el económico si se pasa de la simple utilización a niveles de interacción más complejos y profundos con la tecnología para el servicio del bienestar humano. En este sentido, la ITV como uno de los desarrollos más recientes en TIC, tiene una oportunidad de impacto, en la medida en que se integre a las actividades cotidianas de los actores sociales y se convierta en un medio de comunicación para la democratización de la información, lo que abriría nuevas posibilidades para el crecimiento social. Más aún si se traza desde el comienzo una ruta de innovación social, surgida del contexto mismo, para aprovechar la característica ya enunciada en numerales previos sobre las posibilidades de la interacción.

El tema de la educación como una de las dimensiones propias de cualquier innovación social es además uno de los objetivos del milenio y uno de los objetivos del Plan TIC de Colombia. Se plantea que el contexto del nuevo milenio y los retos que este implica frente a las llamadas Sociedades del Conocimiento, genera tres nuevas necesidades: la de aprender a seleccionar adecuadamente el conocimiento, la necesidad de encarar la cada vez más rápida circulación y corta vida del conocimiento nuevo y la necesidad de basar nuestro bienestar no en el consumo de objetos, sino en el consumo de conocimiento y por tanto, una nueva visión de desarrollo humano sustentable y sostenible (MAJÓ, 140).

Como bien público de la humanidad, el conocimiento, aún más que la información, debe ser un derecho inalienable, sin posibilidad de que existan marginados ni excluidos y aquí subyace la relación entre comunicación y educación en este contexto histórico específico. El potencial cognitivo del ser humano, las amplias posibilidades de lenguaje del ser humano y su capacidad de



comunicación deben considerarse para la comunicabilidad del conocimiento y para una educación planteada en esos mismos términos de igualdad, universalidad y libertad. Esto sin olvidar el carácter integrador y participativo que se imponen en esta mirada actual de la educación, conducen a un replanteamiento de tres derechos fundamentales del hombre:

- La libertad de opinión y de expresión, la libertad de información (de informarse, informar y saberse informados) conllevan un pluralismo más claro de los medios y una mayor libertad, integralidad y complementariedad académica.
- El derecho a la educación promueve cada vez más la gratuidad de los procesos de formación básica primaria y secundaria y debería llevar a plantear una mayor cobertura de la formación superior y avanzada en las diferentes naciones del globo.
- El derecho a la participación: tomar parte de la vida social y cultural de la comunidad, poder disfrutar de las artes y del progreso científico y tecnológico, deberían tener una materialización más constatable en nuestras sociedades contemporáneas de lo que fue en las sociedades modernas.

Así, para hablar de la iTV, vale la pena subrayar en relación con este contexto histórico, la importancia, relevancia y pertinencia que puede tener en términos de innovación social desde la participación y la construcción colectiva del conocimiento. Para comprender mejor las posibilidades en el caso colombiano, es necesario hacer una breve revisión de la relación entre la televisión y lo educativo

TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN EN COLOMBIA

Como ya se ha mencionado en apartes anteriores, la televisión es un medio de altísima acogida en Colombia. Las cifras de las encuestas muestran que un 93,5% de los colombianos considera la televisión como el medio de mayor audiencia. En segundo lugar, con un 68,7% de respuestas está la radio. Además, la población colombiana afirma tener entre uno y dos televisores por hogar (el porcentaje es similar en el caso de quienes tienen solo uno y quienes afirman tener dos). Solo un



3,8% de los hogares no posee televisor en color (tradicional) y en cambio, ya hay un 8% que afirma tener televisor digital (plasma o LCD)⁴.

A esto se suma que un 78% de los colombianos dice pertenecer a algún sistema privado de televisión. Si se tiene en cuenta que la mayoría de los sistemas privados comenzó a ofrecer desde 2009 algún tipo de servicio de televisión digital, es posible afirmar que hay altas posibilidades de acceso y penetración del sistema digital en Colombia en los próximos años.

Ahora bien, el tema de la educación en relación con este medio particular tiene su propio pasado y su presente. La televisión hoy puede considerarse parte del ambiente social de aprendizaje al que están expuestos niños y jóvenes: pasan un promedio de 4 a 6 horas diarias frente al televisor y este consumo mediático aumenta de forma inversamente proporcional al estrato y al nivel de escolarización. Para muchos jóvenes y niños, la televisión se convierte en el único recurso de entretenimiento y de contacto con la realidad y con el mundo. Por eso, desde el gobierno nacional ha habido diferentes estrategias para hacer frente a los aspectos negativos del uso social de este dispositivo y tratar de aprovecharlo como alternativa de integración social, formación de competencias ciudadanas y promoción de la educación.

Históricamente, las producciones en televisión educativa provienen en su mayoría de países extranjeros, lo que debilita bastante el panorama. La Universidad del Rosario, en un estudio realizado en 2007, reseñaba dentro de la historia de la televisión educativa, los siguientes momentos claves:

En 1954, se inició la primera etapa de televisión educativa que funcionó hasta 1955, año en que la falta de recursos motivó su suspensión y aplazamiento. El proyecto se retoma en 1961 y en él se incluyen clases en diferentes áreas(...).

En 1962, la programación semestral estaba integrada por ciento treinta programas de ciencias naturales, sesenta y cinco de ciencias sociales, veintiocho de música, veintiocho de dibujo y trabajos manuales, y veintiocho de "Cuánto sabemos".



Los docentes utilizaban las teleclases para complementar el plan de estudios. Cada emisión televisiva podía ser captada en el momento en que el maestro desarrollaba el mismo tema y podía apoyarse en ella para ejemplificar, complementar, visualizar, reiterar o transferir el conocimiento.

(...)En 1970, existía una franja dedicada a los alumnos y otra para los maestros. Para esta época, la televisión educativa era tan importante que representaba un tercio de toda la programación del canal nacional. (2007)

Sin embargo, como lo presenta la misma investigación, los presupuestos disminuyeron y las condiciones de la televisión misma cambiaron a finales de la década del 80. Entre el 80 y el 90, la producción nacional frente al tema de lo educativo se centró en repetir el esquema de las teleclases y en iniciativas como las de los seriados y telenovelas, que buscaban educar entreteniéndolo. Inravisión y el Fondo de Capacitación Popular eran los encargados de la propuesta de educación para adultos que funcionó entre 1967 y 2000 y que, aunque da elementos para analizar el modelo y la concepción del proyecto de televisión educativa nacional, no parece ser tampoco la estrategia ideal para nuestros días.

Ha habido experiencias interesantes como *Francisco El matemático*, valiosa en términos del tratamiento de casos juveniles en Instituciones educativas aunque derivó más adelante en telenovela; o *Santamaría del Olvido*, dedicada a temas de salud; o *En sintonía con los niños* (producido por Citurna, Adelaida Trujillo y Patricia Castaño), emitido por Canal capital y que ha obtenido el premio Emmy – Unicef en varias ocasiones; así como *Historias de Inventos*, de Señal Colombia, que ha ganado el India Catalina. Otros programas como *Jack el despertador* y *Club diez*, de los canales privados de televisión, aunque tienen buen rating, no alcanzan realmente la categoría de *educativos* (Niño Díez, 2004).

El objetivo de la franja educativa y cultural de Señal Colombia y el Portal de Aprende TV en la actualidad es tratar de innovar en el tema de la televisión educativa. También los canales universitarios como Zoom han intentado, teniendo como modelo a ATEI –Asociación de Televisión Educativas y Culturales Iberoamericanas-, fortalecer las reflexiones e iniciativas frente a los contenidos educativos para el país.



Cabe destacar dentro de esta revisión, no solo lo televisivo, sino otras prácticas educativas a través de los medios:

- El programa *Verde Manzana magazín Infantil*, del ICBF –Instituto Colombiano de Bienestar Familiar,
- También del ICBF, la serie de videos *Los Niños como Audiencia*,
- *Colorín Colorradio*, emisora infantil de Caracol, de gran acogida y bastante amplia difusión, que además permite la participación de la audiencia gracias a sus concursos,
- *Alharaca*, programación radial para niños y niñas,
- *Espacio Maestro*, dentro de la franja educativa y cultural de Señal Colombia.

Las investigaciones sobre televisión educativa en Colombia apuntan a una misma conclusión: la relación televisión-educación es una tendencia en constante crecimiento y con amplias oportunidades siempre que se asuma al televidente no como receptor, sino como sujeto activo, selectivo y crítico frente a los contenidos que se le proponen. Pero esto último supone además retos importantes en la televisión tradicional: la formación de la recepción crítica y las estrategias de formación de padres que ayuden también a estos para un uso adecuado de los contenidos televisivos.

¿ESTÁ PREPARADA LA POBLACIÓN REALMENTE?

Según una investigación presentada en 2008 por el grupo Corpovisionarios⁵, antes de la entrada de la televisión digital y para pensar mejor el tema de la participación en este medio, es necesario tener en cuenta las características del contexto en que se mueve la teleaudiencia colombiana:



- 1 La ampliación de la oferta de contenidos hace que el control legal de los mismos sea cada vez más débil por lo que *“la responsabilidad de lo que se quiere ver recae cada vez más en el individuo y cada vez menos en el Estado”* (Corpovisionarios, 2008)
- 2 Los televidentes no son aún conscientes de su rol en el mercado de la Televisión.
- 3 La regulación de contenidos por la vía de las franjas no es suficiente para proteger a las audiencias vulnerables
- 4 *“La prohibición constitucional de censura estatal de contenidos aumenta la necesidad de regulación de productores y teleaudiencias”* (Corpovisionarios, 2008)
- 5 La regulación nunca puede ser exhaustiva
- 6 La calidad del servicio público de televisión depende en gran medida del uso que le dan los televidentes y de la capacidad crítica del televidente frente a los contenidos. El rating, aunque se ha constituido en el recurso esencial para la toma de decisiones frente a la programación, no mide realmente lo que la gente quisiera ver, sino lo que ve. Y ve lo que le ofrecen.

Esta poca preparación de los televidentes para el cambio desde el punto de vista cognitivo, acrecienta los temores de los investigadores frente a los usos sociales de la televisión digital.

No obstante, hay fortalezas interesantes para resaltar desde la relación entre usuario –televisor desde sus interacciones hasta ahora:

1. Capacidades tecnológicas desde lo televisivo:
- 7 El conocimiento de la televisión y del televisor como objeto tecnológico ha pasado por diferentes momentos de apropiación social. Al inicio, como ya se mencionó, su utilización era grupal e incluso pública: en la sala de los hogares o en estanterías y vitrinas de los locales comerciales que servían como punto de encuentro. El proceso de apropiación llevó a una domesticación progresiva del objeto de modo que hoy es posible ver un uso cada vez



más individualizado e incluso personalizado del objeto como tal. Esto incluye personalización de la pantalla, del monitor, del control remoto.

Igualmente, los televidentes se han acostumbrado a los cambios de la interfaz: desde los primeros aparatos de perilla, pasando por los controles de tecla en el televisor, hasta la aparición de los primeros controles (primero de 13 canales posibles y luego, de más de 80 y 100, o por menú). La aceptación y adopción de los cambios del control remoto, de la presentación física de éste, su peso y su ergonomía, permiten suponer una adaptación y una adopción relativamente fácil de la interfaz material que este representa en la televisión digital.

- 8 El uso prolongado del televisor como objeto social (más de 50 años de utilización pública y privada), muestra una serie de cambios generacionales interesantes: podría hablarse de casi cinco generaciones de usuarios de este tipo de pantalla desde los años 50 hasta hoy. A partir de la generación de la década del 70, podría hablarse de nativos de la televisión, es decir, grupos de comunidades que nació, creció y vive con la televisión como objeto cotidiano y, por tanto, hay unas capacidades construidas en el tiempo frente a la selección de canales, selección de contenidos y alfabetización técnica frente al “uso correcto” de este tipo de aparatos. Esto, más la altísima aceptación del objeto y de sus contenidos entre la gente, permite considerar unas capacidades tecnológicas que pueden permear el aprendizaje positivo de los modos de uso de la televisión digital.
2. Representaciones sociales favorables frente a la televisión, su credibilidad, su capacidad informativa y de construcción de la realidad, su cercanía al televidente: al tema de las capacidades, se adiciona el tema de la representación social favorable frente a la televisión: la gran mayoría de los colombianos, como ya se enunció previamente, tiene no solo opiniones favorables frente a la televisión sino una alta credibilidad en ella como medio para la información y el entretenimiento. No es gratuito que cuando se le pregunta a los colombianos por cuáles son sus actividades favoritas para el tiempo libre, se habla de la



televisión; y cuando se indaga por frecuencia de utilización, el promedio es de más de tres horas diarias. Esto muestra una alta relación con este tipo de dispositivo tecnológico. Ahora bien, también es claro que algunos grupos poblacionales son más críticos que otros frente a la televisión, sobre todo en cuanto a los contenidos: en el estudio “Los imaginarios de la cultura somática” (RUIZ et al., 2010), que trata sobre las representaciones que transmite la televisión que se consume entre los jóvenes, a la pregunta sobre la participación frente a programas de televisión, el principal motivo es de opinar sobre los temas tratados. En segundo lugar, se menciona la crítica a los contenidos y en tercer lugar, la crítica a cómo está hecho el programa. Este tipo de comportamientos afecta no solo las prácticas comunicativas, sino algunas de orden familiar, social y de bienestar físico que pueden convertirse en parte del continuum de la televisión análoga hacia la televisión digital.

Por otro lado, habría que mencionar además unos retos:

- 9 Promover políticas públicas frente a los contenidos televisivos en términos de necesidades sociales, que además impliquen amplios grupos poblacionales y la promoción de una cultura de la diversidad y la inclusión.
- 10 Fortalecer programas de investigación sobre el tema de las Tecnologías de Información y Comunicación que busquen cada más comprender y motivar la participación social en los medios.
- 11 Enseñar a ver televisión. La existencia de un sujeto activo frente al tema de la televisión digital interactiva es casi imposible sin la formación de criterios frente a la calidad de los contenidos televisivos y sin la formación de competencias para la participación activa en los medios.
- 12 Revisar el potencial formativo de la televisión y más aún, de la iTV, no tanto en términos de prolongar la escolaridad en los usos sociales de este dispositivo, sino en términos de formar entreteniéndose, formar comprendiendo la ficción simbólica que este tipo de dispositivos permite fomentar.



- 13 Procurar una mayor mediación pedagógica parental y de los maestros. La Escuela se ausenta a menudo de la relación con los medios y de la interacción entre padres e hijos a partir de las TIC. Es hora de comenzar a trabajar también con los padres en esa mediación. Esto implica desde las Instituciones educativas y en particular, desde las universidades, un trabajo de producción de materiales de trabajo para la formación de padres.
- 14 Mejorar la concepción de las franjas educativas en cuanto a horarios y segmentos de emisión, tipos de programas y niveles de interacción de los usuarios frente a estos programas, tipos de contenidos e intervención de los usuarios en los mismos, medición de audiencias activas y no simplemente receptoras de las emisiones de televisión.

Estos desafíos y otros que, probablemente, quedan en un segundo plano por ahora, deben motivar la reflexión sobre las posibilidades de la iTV entre el público colombiano.

A MODO DE CONCLUSIÓN

El panorama de la participación y las posibilidades de la educación a través de la iTV, es todavía muy difuso. Hay experiencias que dejan prever posibilidades de interacción transformativa con la televisión, pero no es necesariamente un hecho el que la población colombiana esté capacitada para la participación a través de la iTV. Las representaciones sociales y las políticas públicas existentes son favorables –pero insuficientes– ante las opciones que ofrecería esta tecnología y esto seguramente continuará una vez la televisión digital entre más profundamente en el contexto social nacional.

Sin embargo, el reto tanto para el Estado, como para las ONG y las Universidades comprometidas con este tema, es orientar las reflexiones hacia la formación en competencias que vayan más allá de lo puramente técnico y operativo y se adentren en lo social y en las capacidades de construcción colectiva de conocimiento (información, contenidos, procesos de generación de soluciones a problemas sociales concretos). Igualmente, en estrategias educativas que no solo



permitan, sino que activen y fomenten la construcción participativa del conocimiento.

Respecto al uso de las TIC, y relacionándolo directamente con la ITV, el gobierno reconoce

“la falta de instrucción y de propagación del conocimiento sobre el manejo de los recursos tecnológicos como un contribuyente aun mayor a la brecha que la misma falta de estas tecnologías, añadiendo que no es solo saber utilizar sus funciones básicas sino también asumir un rol “creativo” en el uso de estas tecnologías. Cabe añadir entonces que además de la falta de acceso a los soportes necesarios como decodificadores, el problema del manejo de estos soportes y el conocimiento de los usos y beneficios que se pueden obtener de estas tecnologías, puede desacelerar la transición digital o simplemente dejar a la población poco preparada para el apagón análogo sin forma de ver televisión” (Said, Elias, 2007).

Teniendo en cuenta que este hecho no dependerá solamente de las capacidades técnicas, sino también de las competencias sociotecnológicas endógenas y de las condiciones y situaciones que en cada escenario se encuentran para su aceptación y arraigo social, se deben establecer las estrategias que ayuden a que un mayor número de personas a tener contacto directo con el servicio de la ITV.

Con todo lo anterior y con miras a lograr un posible impacto de la televisión interactiva será necesario identificar las prácticas sociales insertas en el entorno del hogar y de la escuela como lugares de ingreso inmediato de esta tecnología. Esto implica realizar una lectura de este contexto y una caracterización del sujeto involucrado en él, que es lo que actualmente motiva los macroproyectos que grupos como ARTICA desarrollan actualmente. El desafío frente al apagón digital de 2019 apenas comienza...

Notas aclaratorias:

¹ “... La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos”. “Constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se



constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo” (Araya Umaña, 2002).

² Ver, por ejemplo, la investigación “¿Participación Social en la Información Masiva?” (1998) y las Encuestas Generales de Medios (esta última, del Ministerio de Comunicaciones, hoy Ministerio de TIC).

³ Un 35% de los colombianos, de acuerdo con la encuesta realizada para la adopción del estándar de Televisión Digital. Comisión Nacional de Televisión. Documento TDT, 2008.

⁴ Ver la Encuesta General de Medios, Segunda Ola, 2009. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, “Módulo de Televisión, Estudio General de Medios –EGM– Segunda Ola, 2009 (II-2009). Disponible en: http://www.cntv.org.co/cntv_bop/

⁵ Ver el estudio completo en:

http://www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/diagnostico_oportunidades.pdf

Bibliografía

- AFACOM (1998). Participación social en los medios masivos. Canales regionales y sociedades urbanas. Investigación interuniversitaria. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- CAREY, John (1989). “Interactive media”. International Encyclopedia of Communications. Vol 2. New York: Oxford University Press.
- Centro de Investigación en Comunicación Política Facultad de Comunicación Social (2009). Encuesta sobre Comunicación y participación política. Bogotá, Universidad Externado de Colombia.
- Comisión Nacional de Televisión (2009). Encuesta General de medios EGM (2009- II)



Asociación Colombiana para la Investigación de Medios-ACIM

- -----Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH (2009- I)
- -----Gran Encuesta de la Televisión en Colombia GETVC(2008)
- -----Estudio de usos, hábitos y preferencias de la televisión en Colombia- TDT (2008)
- Corporación Visionarios por Colombia (2008). Cambio Cultural en los Televidentes de Colombia: Formando Televidentes Críticos, Responsables y Activos. Diagnóstico de oportunidades de cambio cultural en los televidentes Informe Final. Bogotá, Mayo de 2008.
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura (2003): La caída del Angelus novus: Ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política. Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos. Bogotá
- GRAS, Alain (1992). « Les techniques de la vie quotidienne et l’institution imaginaire du temps, du changement et du progrès » en A. Gras, B. Joerges, et V. Scardigli (Eds.), *Sociologie des techniques de la vie quotidienne* . Paris: L’Harmattan.
- HANSSEN, Lucien, Nicholas JANKOWSKI y Reiner ETIENNE (1996). “Interactivity from the perspective of communication studies”. En: JANKOWSKI, Nicholas y Lucien
- HANSSEN (Ed). The contours of multimedia. Recent technological theoretical and empirical developments. Gran Bretaña: John Libbey Media.
- HAWKINS, Robert., John WIEMANN y Suzanne PINGREE (Eds). Advancing communication science: merging mass and interpersonal process. Newbury Park: Sage. Pp 110-134.
- LEVI-STRAUSS (1966) y Leroi-Gourhan (1983) Levi-Strauss (1966) « Introduction à l’oeuvre de Marcel Mauss » en M. Mauss, *Sociologie et Anthopologie*. París : PUF.



- MORDUCHOWICZ, Roxana (2003). El capital cultural de los jóvenes. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica. 99p.
- MULTIGNER, Gilles (1994). "¿Sociedad interactiva o sociedad programada?". AAVV. Apuntes de la sociedad interactiva. Autopistas inteligentes y negocios multimedia. Cuenca: Fundesco.
- PERES, Wilson y HILBERT, Martin (2009). Sociedad de la información en América Latina y el Caribe desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo. Santiago de Chile: CEPAL. 381 p.
- RAFAELI, Sheizaf y Fay SUDWEEKS (1997). "Networked interactivity". Journal of Computer Mediated Communication. Vol 2, Nº 4. Julio.
- RICE, Ronald (1984). "New media technology: Growth and Integration". En RICE, Ronald (Ed). The new media. Communication, research and technology. Beverly Hills: Sage publications.
- RUIZ MARÍN, Elvia Lucía et al (2010). Los imaginarios de la cultura Somática. Medellín: Universidad de Antioquia y Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
- SAID HUNG, Elías (2009). Transformaciones comunicativas en la era digital. Hacia el apagón analógico de la televisión. Barranquilla, Ed. Uninorte.

Cibergrafía

- BANDURA Douglas A. Bernstein y MICHAEL Michael T. Nietzeel (1994). Introducción a la Psicología. Disponible en: <http://bandurarrhh.blogspot.com/2007/10/del-conductismo-al-cognitivismo.html>
- BARONA GARCÍA, Montserrat. ¿Qué es HCI? Disponible en:



http://recuperacioninformacion-interfazhci.iespana.es/Que_es_HCI.html

- BRANDÃO, Ana Vitória. Interactividad en la Televisión Digital - Un Estudio Preliminar. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n31/ajoly.html>
- ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL (2007). Estudio de aspectos técnicos y comerciales a considerarse para la implementación del servicio de televisión digital terrestre en las condiciones actuales del país. Quito, Ecuador, Escuela Politécnica Nacional. Disponible en: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/561>
- MANCHON, Eduardo. ¿Qué es la Interacción Persona-Ordenador? Disponible en: http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=40
- MAJÓ CRUZATE, Joan. La liberalización de los servicios públicos. Jornada de presentación de la UOC en Madrid (Madrid, 16 de marzo de 2002). Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/majo0402/majo0402.html>
- McMILLAN, S.J. (2002). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents, And Systems. In L. Lievrouw and S. Livingston (Eds.), Handbook of New Media (pp. 162-182). London: Sage. Disponible en: <http://web.utk.edu/~sjmcmill/Research/interactivity2.doc>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO –ESPAÑA (2009). Plan Nacional de Televisión Digital Terrestre. Disponible en: <http://www.televisiondigital.es/Terrestre/TDTEspana/Paginas/TDTEspana.asp>
- NIÑO DÍEZ, Jaime (2004). "Información sobre niñez, juventud, familia y televisión – Colombia". En: La Iniciativa de la Comunicación. Disponible en: <http://www.comminit.com/en/node/149762>.
- RAFAELI, Sheizaf. (1988). Interactivity: From new media to communication. In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, 16, 110-134. Beverly Hills: Sage. Disponible en: <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/>



- ROST, Alejandro (2004). "Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?". Congresos ALAIC/IBERCOM 2004. Disponible en: [http://s3.amazonaws.com/lcp/alaicinternet/myfiles/Alejandro%20Rost%20\(Argentina\).pdf](http://s3.amazonaws.com/lcp/alaicinternet/myfiles/Alejandro%20Rost%20(Argentina).pdf)
- SAGASTEGUI RODRÍGUEZ, Diana (2005). La apropiación social de la tecnología. Universidad de Guadalajara Septiembre 2005. Un enfoque sociocultural del conocimiento. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2012/DianaSagastegui.pdf>
- SVANAES, Dag (2000). Understanding Interactivity: Steps to a Phenomenology of Human-Computer Interaction. NTNU, Trondheim, Norway (2000). PhD, Disponible en: <http://dag.idi.ntnu.no/interactivity.pdf>
- SUBERCASEAUX, Bernardo (2005) Reproducción y Apropiación: Dos modelos para enfocar el dialogo intercultural. Revista Diálogos de la Comunicación No. 23- Perú. Disponible en: <http://www.felafacs.org/files/subercaseaux.pdf>
- VIZCAÍNO, Milciades (director) (2008). *Televisión educativa: una historia en construcción*. Universidad Ciencia y Desarrollo. Tomo II, Fascículo 4. Grupo de Investigación Estudios sobre Identidad, Universidad del Rosario, Bogotá. Disponible en: <http://www.urosario.edu.co/Universidad-Ciencia-Desarrollo/ur/Fasciculos-Anteriores/Tomo-II-2007/Fasciculo-4/ur/Television-educativa,-una-historia-en-construccion/>

Revista Q

Revista electrónica de divulgación académica y científica
de las investigaciones sobre la relación entre
Educación, Comunicación y Tecnología

ISSN: 1909-2814

Volumen 05 - Número 09
Julio - Diciembre de 2010



Una publicación del Grupo de Investigación Educación en Ambientes Virtuales (EAV), adscrito a la Facultad de Educación de la Escuela de Educación y Pedagogía de la Universidad Pontificia Bolivariana, con el sello de la Editorial UPB.



<http://revistaq.upb.edu.co> – www.upb.edu.co

revista.q@upb.edu.co

Circular 1a 70-01 (Bloque 9)

Teléfono: (+57) (+4) 415 90 15 ext. 6034 ó 6036
Medellín-Colombia-Suramérica