

Los eslógans de Coca-Cola son otros buenos ejemplos de casos. Desde 1892, en que lanzó el primero (*For head-ache & exhaustion*) hasta los actuales demuestran la teoría del príncipe de Lampedusa: es necesario cambiar para que nada cambie. Por su parte Pepsi, con su *new generation*, demostró que para que las marcas alcancen un alto índice de fidelidad hay que empezar a vincularse con la nueva generación de adolescentes y de jóvenes. Para ir concluyendo estos casos ejemplares, no se puede dejar de citar estos dos que ya son proverbiales. Uno es el esquema que se aplica en el ciclo de vida de los productos y que se expresa en una curva que comienza ascendiendo para luego estabilizarse y, finalmente, comenzar a descender a menos que se reactive el proceso. El otro es la pirámide que Abraham Maslow desarrolló en 1943 para fundamentar su teoría sobre las motivaciones humanas. Así demostró que las necesidades se van instrumentando jerárquicamente, desde las imprescindibles y vitales hasta los anhelos vinculados con la autorrealización.

Una relación vital

No es necesario argumentar que en una disciplina como la publicidad la relación entre práctica y teoría, además de necesaria, es esencial. Por caso, en “Señal de diseño” (2008) Ronald Shakespear afirma que todo diseñador va creando y desarrollando teorías a partir de la práctica. Y define esta experiencia profesional como “el empirismo del asfalto”.

La conclusión de esta propuesta, siguiendo la tradición de Harvard, es utilizar el estudio de casos no solo como recurso pedagógico sino también para desarrollar e instrumentar teorías que enriquezcan a la publicidad como disciplina teórica y profesional. De este modo, la publicidad además de ser un arte, un negocio y una experiencia cotidiana, también sea una ciencia como lo es la medicina y la sociología. En consecuencia, para jerarquizar la publicidad como ciencia socioeconómica, es necesario sistematizar los conocimientos elaborándolos mediante el análisis de casos a fin de estructurarlos metodológicamente. De esta forma, estos conocimientos irán generando más conocimientos referidos a hechos y a casos que irán enriqueciendo el corpus teórico y la eficiencia de la comunicación publicitaria.

“La ciencia se construye con hechos, así como una casa se construye con ladrillos”. Henri Poincaré.

Referencias bibliográficas

- Chan Kim W. y Mauborgne R. (2005). *La estrategia del océano azul*. Bogotá: Norma
- Fidler, R (1988). *Mediamorfosis*. Buenos Aires: Gránica.
- Hindle, T (2008). *Management*. Buenos Aires: 4 Media
- Reeves R. (1997). *La realidad en la publicidad*. Barcelona: DelvicoBates
- Zecchetto, V. (2003). *La danza de los signos*. Buenos Aires: La Crujía.

La Televisión Digital Terrestre interactiva (TDTi). Herramienta de inclusión digital en Argentina

Carla Argañaraz, Omar Castaño, Claudio Castro, Walter De Leo, Federico Mallaina y Juan Pablo Sabadini

En la última década en nuestro país, hemos visto un desarrollo creciente en lo que se refiere a las tecnologías y su aplicación dentro de la sociedad. Este proceso de desarrollo se ve incrementado por la innovación en los campos de la radiodifusión y las telecomunicaciones, proyectándose al mismo tiempo, de una manera cada vez más marcada, sobre la sociedad y generando ejidos dispares que dejan espacios sin cubrir. El dispar apropiamiento de estas tecnologías por distintos sectores de la sociedad contribuye a la formación y agravamiento de la brecha digital retroalimentando positivamente a la falta de inclusión social creciente. Es aquí donde los medios audiovisuales y la innovación tecnológica tienen hoy un potencial mucho más elevado para subsanar las desventajas de una sociedad fragmentada entre nativos y no nativos digitales. Entender este proceso para los países en desarrollo como la Argentina es fundamental, ya que se plantea una exigencia a un doble nivel:

- La organizacional tecnológica pura, para el cumplimiento de las funciones sustantivas que permitan familiarizar al individuo, a su conjunto familiar, vecinal y social, con las nuevas aplicaciones, tales como la televisión digital y las redes informáticas.
- La demanda económica y política de una nueva cultura tecnológica, en donde la alfabetización ya no es suficiente en el cuadro de las habilidades y destrezas laborales y/o profesionales que aseguran el crecimiento del país.

Esta tarea enfrenta una serie de dificultades que es indispensable analizar. Una de ellas es el problema de las desigualdades que se generan en un continuo círculo vicioso entre tecnología, conocimiento educativo para su aprehensión y acercamiento, tanto en términos geográficos, demográficos, económicos como culturales. Las marcadas diferencias sociales se traducen hoy en diferencias en el acceso a las herramientas de manipulación de la información y de generación del conocimiento, haciendo aún más difícil para los sectores más desfavorecidos de la pirámide social, acceder a las oportunidades que les permitan mejorar su condición socioeconómica. Surge, en consecuencia, un imperativo: procurar el camino de la equidad del desarrollo social dinámico y equilibrado. Se trata, a nuestro entender, que la definición de políticas, estrategias y programas que promuevan el uso de una herramienta conocida y amigable, se constituya en un servicio tecnológico social que permita tender un puente digital al hogar.

En este trabajo proponemos a la Televisión Terrestre Digital Interactiva (TDTi) como una posible, y cercana herramienta de solución al problema planteado.

La característica distintiva fundamental de esta herramienta es la interactividad. Es esta interactividad, la que la distingue de la televisión analógica y la que permitirá al usuario no solo recibir información previamente for-

mateada para el consumo masivo sino tener un rol más activo en la creación y consumo de información. Es esta interactividad la que hace de la televisión digital una Tecnología de la Información y Comunicación (TIC).

A su carácter de TIC, la TDTi añade otras muy importantes, a saber: la masividad de la interfaz con el televidente, la familiaridad en el uso del televisor y el control remoto por todos los usuarios, sean nativos digitales o no, y las capacidades de manejo de información multimedia y en tiempo real que desde siempre tuvo la televisión. Pero el puente digital que, a nuestro juicio, tiende la TDTi, cobra su real dimensión a través de la distribución sin costo para el usuario a través de un sistema abierto terrestre.

El reto no puede eludirse, por lo que el presente trabajo lo toma y enfoca su análisis en el caso argentino. Se plantearán también posibles aplicaciones de la TDTi que ilustren el importante rol que esta juega, donde la reciente elección de una norma de televisión digital terrestre (TDT), pone la cuestión del papel que desempeñará esta tecnología en la inclusión social, en un lugar importante en la agenda política, social y cultural.

Mapa conceptual (nuestra hoja de ruta)

Ver: <http://img149.imageshack.us/img149/2783/tpsocconfig01.jpg>

Este mapa conceptual, se propone identificar y organizar, explicitando sus interrelaciones, los enfoques componentes de la temática de trabajo. Cada cuadro contiene información nominativa y sintética de los distintos puntos que conforman el trayecto de la presente monografía, elaborados sobre la base de los datos y la bibliografía trabajados. Este mapa sólo pretende ser la hoja de ruta para el viajero lector, una herramienta de ayuda importante durante la travesía, pues aporta referencias que permiten verificar si se está en el camino correcto, a la vez que contiene indicaciones relevantes que marcan desvíos y cruces de caminos, de ideas, de conceptos, creando así nuestra propia definición del tema resultado del proceso de formación y acción que se realizó entre los miembros del equipo de trabajo representando gráficamente las ideas y conceptos de la TDTi, relacionados jerárquicamente y sintetizados en el poder conceptual de las imágenes.

Brecha digital (causas)

Brecha digital → Causas → Aislamiento Social, Aislamiento Geográfico, Deficiencias Educativas, Carencias Tecnológicas.

Según la Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI 2003] es “La distancia “tecnológica” entre individuos, familias, empresas y áreas geográficas en sus oportunidades en el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación y en el uso de internet para un amplio rango de actividades. Esa Brecha Digital se produce entre países y al interior de las naciones. Dentro de ellos, se encuentran brechas regionales, brechas entre segmentos socioeconómicos de la población y entre los sectores de actividad económica”.

Vemos, entonces que la brecha digital es un fenómeno multidimensional que comprende los siguientes aspectos:

- La brecha digital internacional: Que se refiere a la diferencia en la difusión de las TIC en los países generadores de tecnología y el resto [ALADI 2003].

- La brecha digital doméstica: Que se refiere a la diferencia el acceso a la información entre los distintos estratos socioeconómicos de un mismo país.

Es necesario destacar que la brecha digital no tiene orígenes solamente tecnológicos, sino que puede decirse que es una dimensión más de las, previamente existentes, brechas económicas, educativas y sociales en general en el interior de un país y de desarrollo económico y social entre países [Finq&Prince_2007] [ALADI 2003].

En la definición de brecha digital propuesta por la ALADI, la diferencia de “oportunidades” abarca los dos aspectos, a saber:

- La falta de acceso a las TIC por cuestiones económicas.

- La falta de conocimientos sobre el uso de las TIC.

Ambos aspectos tienen un grado de correlación y realimentación recíproca, ya que las dificultades económicas están fuertemente correlacionadas con deficiencias educativas y estas a su vez producen dificultades de inserción en el proceso productivo formando un conocido círculo vicioso. Sin embargo, merecen un tratamiento separado ya que existe un aspecto generacional que corta transversalmente los planos socioeconómicos y es el que nos lleva a los conceptos de Nativos Digitales e Inmigrantes Digitales.

Los Nativos Digitales son aquellas personas que han nacido cuando la tecnología digital ya estaba difundida. Se dice suele exagerar diciendo que estos no han aprendido a usar las TIC sino que han nacido con ellas. Podríamos decir, a los fines precisar mejor el concepto, que es el grupo de personas que han tenido contacto con las TIC desde muy pequeños y han desarrollado capacidades de uso junto con el desarrollo de su personalidad.

Los Inmigrantes Digitales, por su parte, son aquellas personas que deben aprender a usar las TIC para hacer cosas que antes estaban acostumbrados a hacer de otra forma. (Por ejemplo: Enviar una postal en lugar de un *e-mail*, anotar sus direcciones en una libreta de papel en lugar de una agenda electrónica, etc.).

Si bien dentro de estos dos grupos existen diferencias socioeconómicas, en un mismo nivel socioeconómico existe una brecha relativa, de carácter cognitivo en el manejo de las TIC, entre los nativos digitales y los inmigrantes digitales.

Existe una tercera categoría que serían los Analfabetos Digitales, que por edad deberían ser inmigrantes digitales pero que no han tenido ninguna experiencia de uso de la tecnología digital. A los efectos de simplificar, pondremos a esta categoría dentro de la de Inmigrantes Digitales.

Para el presente trabajo proponemos la siguiente definición de brecha digital, que toma elementos de la propuesta en [Finq&Prince_2007]: “La brecha digital es la diferencia de difusión del uso de las tecnologías de la información y comunicación en las actividades cotidianas que se presentan entre diferentes grupos de individuos, comunidades, países o regiones geográficas. Esta

brecha en la difusión de las TIC se debe tanto a razones económicas como a la falta de conocimiento del manejo de estas tecnologías”.

Elegimos esta definición porque abarca los dos aspectos (económico y de conocimiento) mencionados más arriba, y porque permite una cuantificación de la brecha ya que la difusión de las tecnologías es mensurable con diversos indicadores. (Tele densidad, conexiones de banda ancha, etc.).

Por otra parte, proponemos utilizar como medida de la brecha digital el porcentaje de personas en una comunidad, en este caso del conjunto de la población argentina, que no poseen ningún tipo de dispositivo que le permita un manejo de información interactiva ya sea en forma individual o grupal.

La contribución de la TDTi en la reducción de esta brecha, es decir, en la inclusión digital también es multidimensional: Por un lado, ataca a la barrera de la dificultad, ya que presenta un uso más simple y con el que los usuarios no nativos digitales están más familiarizados.

Por otro lado, ataca la barrera económica ya que la TDTi puede ser distribuida sin cargos de conexión, tal como lo es hoy la televisión analógica abierta, permitiendo que en cada lugar donde hoy existe un televisor exista una TIC. Esto, por supuesto, no es tan directo, sino que requiere de políticas públicas que permitan la adquisición de los dispositivos que permitan digitalizar y dotar de interactividad a los televisores hoy existentes. A nuestro criterio puede financiarse con lo que se conoce como “dividendo digital” que proviene de subastar para otros servicios parte del espectro que se libera por la adopción de la tecnología digital. De todas formas, este costo (entre otros) debe ser asumido por el Estado ante el apagón analógico programado para dentro de 10 años [Dec1148 2009].

Hipótesis: Ver <http://img340.imageshack.us/img340/5380/tpsconfig02.jpg>

Por sus características, la TDTi es una herramienta clave en la reducción de la brecha digital. Su carácter de TIC y las aplicaciones que permitirá desarrollar, sumados a la masividad que puede alcanzar con el desarrollo de políticas públicas que la promuevan, la posicionan como un medio de inclusión social.

En resumen, las características que hacen de la TDTi una herramienta tecnológica inclusiva, no sólo en lo que respecta a las clases sociales, sino en lo generacional son:

- Baja barrera de Entrada: La familiaridad con el manejo del televisor, incluso para el grupo de los inmigrantes digitales, hará que la TDTi tenga una más baja barrera de acceso a herramientas de manipulación de la información.

- La TDTi es una TIC: La interactividad hace de la TDTi una TIC. Será esta característica la que permitirá el desarrollo de aplicaciones tendientes no sólo al entretenimiento sino a la educación, salud, búsquedas laborales y participación democrática. Las aplicaciones interactivas permitirán educar en las nuevas herramientas a los analfabetos digitales y, a su vez, acompañará a los nativos digitales ofreciendo servicios atractivos para ellos. Es posible implementar con la TDTi un sistema basado en la democratización del aprendizaje y el ac-

ceso al conocimiento.

- Masividad: La TDTi tendrá como base la cobertura poblacional de la actual TV analógica, esta está muy por encima de cualquier otra TIC. Sobre esta base es posible plantear un medio masivo de acceso y generación de información y conocimiento.

A partir de estos elementos formulados planteamos la siguiente hipótesis: Las TDTi es una herramienta que influye significativamente en la reducción de la brecha digital ya que sus tres características anteriores son los pilares fundamentales que se conjugan para desarticular el círculo vicioso planteado, permitiendo a más gente acceder más fácilmente a una TIC. Creando así un puente comunicativo ineludible.

En este trabajo brindaremos argumentos para demostrar que la TDTi posee las dos primeras características y especularemos sobre las posibles tasas de penetración de la TDTi en el caso argentino.

La TDTi como herramienta Tecnológica

TDTi es una → Herramienta Tecnológica, en su → Desarrollo, Comercialización, Distribución y Uso.

El concepto televisión digital involucra dos términos:

- Televisión: Significa “visión a distancia”. Es decir, es la transmisión de una imagen desde el lugar donde es producida hasta el lugar donde es consumida.

Aunque la palabra visión referencia sólo a la imagen, la televisión involucra imagen en movimiento y sonido, o dicho de otra forma, video y audio.

- Digital: Se refiere a la forma en que dicha información es transmitida desde la fuente hasta el destino. Por transmisión digital se entiende aquella en que la fuente de información se codifica como una corriente de dígitos binarios, la cual es decodificada en el receptor.

Cabe distinguir entre:

- Fuente Digital: La fuente produce como salida una corriente de dígitos binarios.

Cualquier fuente puede convertirse en una fuente digital mediante un conversor Analógico/Digital.

- Canal Digital: Por canal digital se entiende aquel en que los bits de la fuente son transformados a una serie de símbolos n-arios. Estos símbolos se forman a partir de la información de la fuente más cierta redundancia que se introduce para poder detectar y, posiblemente, corregir errores en el destino.

Por tanto, podemos decir que la televisión digital es la transmisión de imágenes en movimiento y su correspondiente sonido mediante un canal digital.

Sin embargo, hay otros aspectos involucrados en la televisión digital que no quedan expresados en la definición anterior; estos son:

- Difusión (*broadcast*): El concepto de televisión lleva implícito el concepto de difusión. Es decir, existe una fuente de información asociada a un gran número de consumidores (de uno a todos, dentro de un área geográfica); quedan excluidas, de esta manera, las transmisiones punto a punto.

- Destinatarios: En la definición anterior de televisión, no se visualiza directamente la idea que la información transmitida es de carácter público, en el sentido que el destinatario es la sociedad en general. Por esto, la trans-

misión de televisión y su contenido están reglamentados por los Estados. Es decir, una transmisión de información privada que satisfaga todos los puntos mencionados antes que éste no se considera una transmisión de televisión, puesto que se transmite en forma privada.

Ahora ya se tienen elementos suficientes para dar una definición más útil en el ámbito de este documento sobre qué es la televisión digital: “Televisión digital es el sistema de difusión de información de audio y video de carácter público, dentro de un área geográfica, entre una fuente y múltiples destinos que podrían interactuar con ésta. Dicha difusión se hace en formato digital, es decir que la información de audio y video es codificada como una corriente de dígitos binarios (bits) y transmitida por un canal digital”.

Se ha establecido la definición de televisión digital como una técnica de transmisión de información audiovisual que, como puede verse, es independiente del medio por el que se transmite dicha información.

Los medios por los cuales suele difundirse la televisión digital son:

- Radio Terrestre: es el medio tradicional de transmisión de televisión analógica.
- Radio Satelital: Actualmente existen servicios de televisión digital por este medio.
- Cable: fundamentalmente redes híbridas Fibra-Coaxil (HFC).
- Una red IP con acceso *xDSL*, *Ethernet* sobre cobre o fibra, radio de banda ancha, entre otras.

En este trabajo solo nos concentraremos en la televisión digital terrestre poniendo énfasis en su interactividad.

A nuestro entender, la evolución en el grado de interactividad, sumado al desarrollo de la televisión digital genera una confluencia: la TDTi con un alto grado de impacto en el individuo y su entorno social con gran penetración y cobertura. Como herramienta tecnológica deben contemplarse los siguientes aspectos: Desarrollo; Difusión (comercialización y distribución); Adopción (uso).

Desarrollo

La televisión digital terrestre interactiva (TDTi) es la tecnología de acceso a la sociedad del conocimiento que puede proporcionar mayor impulso a la generación de contenidos y servicios digitales que creen entornos favorables al desarrollo de la Sociedad de la Información y a su utilización por el conjunto de los ciudadanos y la sociedad en general.

De alguna manera, la puesta en marcha de un sistema de TDTi integral como el que se propone, servirá para compensar las desigualdades sociales, de género y regionales que existen hoy entre los habitantes de las grandes urbes y aquellos que viven cerca de la frontera o en lugares geográficamente complejos.

Sin embargo, aún teniendo en cuenta que la TDTi ha sido establecida como la tecnología que va a sustituir a la televisión analógica terrestre la creación de contenidos y servicios digitales adecuados para TDTi está viéndose afectada por:

- Las carencias, tanto a nivel técnico como funcional, de los dispositivos que en la actualidad permiten visualizar la señal de TDTi.

- La falta de interoperabilidad entre los dispositivos existentes.
- El alto coste para el usuario final de los dispositivos existentes.

En círculos de expertos se afirma que, si bien la televisión tradicional sigue desempeñando una función importante, normalmente se emplea como medio pasivo, es decir, la mayoría de los espectadores reciben información como observadores y no como participantes. Para cambiar esta situación, en el proceso de desarrollo se propone trabajar para ampliar las ventajas del aprendizaje interactivo y hacer que éste llegue a un público más amplio.

Surge así la necesidad emergente del desarrollo de ideas para aplicaciones, así como formatos para programas y plantillas para páginas audiovisuales y presentaciones. Los módulos de plantillas, como por ejemplo las de contenidos o nivel de dificultad, pueden adaptarse a las necesidades del usuario, ser de varios temas, dirigidos a distintos objetivos, que contengan características interactivas.

En esta etapa es importante la elección del estándar de televisión digital pues debe considerarse su apertura para el desarrollo de aplicaciones propias. Pero una vez elegido el estándar, etapa que en la Argentina ya fue superada, es importante fomentar la creación de polos de desarrollo del software para implementar las aplicaciones interactivas.

En el desarrollo de la TDTi deben considerarse las particularidades de cada sociedad, y el objetivo social que se busca alcanzar. Es fundamental, además, que se considere toda la cadena de producción y distribución de contenidos y aplicaciones interactivas, que puedan ser desarrolladas localmente y que atiendan a necesidades puntuales de la sociedad (en este caso la argentina).

“Las decisiones que se tomen sobre éste y el diseño del mercado de la televisión digital terrestre tendrán consecuencias en la posición y el número de los diferentes actores televisivos durante un largo tiempo. Este diseño exige elecciones que tengan en cuenta el contexto de organización industrial y de oferta televisiva previa, así como su distribución entre las diferentes plataformas disponibles que, al final, están compitiendo por una demanda inelástica de la audiencia, ya que el presupuesto monetario y el presupuesto tiempo de la misma es limitado” (Lacroix y Tremblay 1997).

El aprendizaje televisivo es un complemento del aprendizaje electrónico y otros métodos de transmisión de información lo que determinaran el grado de desarrollo de la TDTi en donde los creadores de contenidos serán los responsables de la evolución de este proceso de la mano de los creadores de tecnología.

Difusión (comercialización y distribución)

En el informe de Naciones Unidas [ONU ICTMDG], se remarca la importancia de hacer llegar las TIC a la mayor parte de la población como medio de alcanzar los objetivos de desarrollo para el milenio. Se requieren enfoques innovadores en la provisión de las TIC que exploten la enorme variedad de las tecnologías de comunicaciones, que tengan la flexibilidad necesaria para

que los operadores puedan brindar servicios “propobres” e incrementen el capital social.

Para la difusión de la TV Digital, podemos pensar que la actual cobertura de la TV analógica es la base sobre la que se desplegará la TV Digital.

En Argentina, el hecho que la TV gratuita cubre el 85% de la población [Parodi_2004], es un dato contundente para sustentar el alcance masivo de la televisión analógica.

Esta cobertura servirá de base para el futuro despliegue de la televisión digital, que incluso podría ser mayor con la incorporación de nuevas estaciones y la implementación de redes de frecuencia única (*Single Frequency Networks - SFN*).

En el Apéndice, se describe una metodología para verificar dicho porcentaje. Esta fue realizada a partir de datos del INDEC (Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001) y las Coordenadas Geográficas IGM para todas las localidades de la República Argentina. Se tomó arbitrariamente, como ejemplo, la provincia de Santa Fe, cuyas estadísticas se incluyen en el apéndice. Los resultados indican que si se consideran exclusivamente las estaciones de televisión autónomas (es decir de generación de propia), que son sólo 3 (tres), el porcentaje de población cubierta ya llega al 66%, destacándose que el porcentaje citado en el párrafo anterior se alcanza al considerar, además, las estaciones repetidoras en dicho territorio (que superan la treintena).

Algunos indicadores, tomados de un estudio realizado para la Secretaría de Cultura de la Nación [QVCMV_2009], ponen de manifiesto la idoneidad de la TDTi como herramienta de inclusión, y su excelente punto de partida para su difusión. Estos son:

- Cantidad de Televisores cada 1000 habitantes. Este indicador, que es “uno de los más utilizados en el análisis sobre TV” y “permite hacer comparaciones entre países y regiones”, arroja que Argentina junto con Brasil son países intermedios, pues en 1998 poseía 249 televisores cada 1000 habitantes. Como referencia, en los EE.UU. existían 847 y en la India 51. Es decir, se ubica a la Argentina en una posición intermedia. Pero lo notorio es que esta cifra se ha duplicado en los últimos 10 años, ascendiendo en 2008 a “480 televisores cada mil habitantes”.

“Gráfico 1: Cantidad de televisores cada 1000 habitantes según país – Año 1998” (Fuente: PNUD – Informe sobre el Desarrollo). EE.UU. → 847; Canadá → 714; España → 404; Argentina → 249; Brasil → 222; Irán → 109; India → 51. Ver <http://img230.imageshack.us/img230/1948/tpsconfig03.jpg>

- Porcentaje de hogares con receptores de televisión. También aporta datos sobre un indicador más significativo desde el punto de vista del presente trabajo, que se trata del número de hogares con receptores de televisión: “Según datos revelados por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC) 9,5 de cada 10 hogares en nuestro país poseen televisión. Según el gráfico 2, incluso en 4 de las 6 regiones geográficas (Cuyo, Región Pampeana, Zona Metropolitana de Buenos Aires y Patagonia) este porcentaje es aún mayor: entre 9,6 y 9,8 por cada 10 hogares. Como contrapartida, en las provincias del Noreste (Corrientes, Misiones, Chaco y Formosa) la

cantidad de artefactos es sensiblemente menor a la media: 8,8 por cada 10 hogares”.

“Gráfico 2: Porcentaje de hogares con televisión, según región geográfica – Año 2005” (Fuente: Sistema Nacional de Consumos Culturales – Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación) Cuyo → 99; Región pampeana → 98; AMBA → 97; Patagonia → 96; NOA → 95; NEA → 89. Ver <http://img4.imageshack.us/img4/5879/tpsconfig04.jpg>

Si bien hay una brecha entre las distintas regiones, vemos que el porcentaje de 89% en el NEA es un piso importante comparado con otras TIC, como veremos más adelante en este mismo punto.

- Cobertura del Servicio. Como ya se mencionó, el servicio en Argentina tiene un porcentaje de cobertura respecto de la población en general de un 85%.

Por su parte, el porcentaje de población cubierta por el sistema de televisión por cable, según la ATVC [ATVC_2005], es el siguiente: Tiene TV por Cable → 54%; No tiene TV por Cable → 46%

Si tomamos los valores por provincia se observa que en muchas provincias el porcentaje de población que sólo accede a la televisión gratuita es significativo: Mendoza – 58%, Chaco – 56%, San Juan 55%, Formosa – 54%, Jujuy – 52%, Misiones y Corrientes – 53%, Catamarca – 50%, Buenos Aires – 49%, Córdoba: 45%, por citar algunas.

Por otra parte, si consideramos la penetración del cable por nivel socioeconómico, considerando los datos obtenidos de [QVCMV_2009], se observa una deficiencia en la cobertura de los niveles más bajos, respecto de los más altos. Esto significa que si basáramos la difusión de la TDTi sólo en las plataformas de cable, se estaría reproduciendo la situación de brecha digital existente. Es por eso que proponemos a la televisión digital abierta y gratuita como la herramienta de inclusión más apropiada.

Esto, se puede apreciar en el siguiente cuadro tomado de la referencia.

“Gráfico 3: Cantidad de abonados a TV según nivel socioeconómico – Porcentajes - Año 2005”

(Fuente: Sistema Nacional de Consumos Culturales – Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación) ABC1 (Nivel alto) → 86; C2 (Nivel medio) → 71; DE (Nivel bajo) → 51 Ver <http://img20.imageshack.us/img20/7171/tpsconfig05.jpg>

Para comparar los datos de la televisión abierta contra la penetración del acceso a internet, nos referimos al trabajo de *Prince&Cooke* [P&C_2007] que arroja los siguientes indicadores de acceso a internet y del parque de PC's al año 2007: Internet → Clientes 3.100.000; Clientes Banda Ancha → 2.750.000; Usuarios → 16.000.000; TI → PC's - Parque total → 7.000.000

Veamos, ahora, la relación entre acceso a internet y nivel socioeconómico (NSE), así como la pirámide de ingresos de nuestro país [Prince_2007]: NSE internet: Alto 50%; Medio 37%; Bajo y Marginal 13%; Total 100%.

Pirámide de Ingresos de nuestro país – Estructura social: Clase Top → 5% (Ingresos superiores a \$9500); Clase media Alta → 15% (Ingresos entre \$4000 y \$9500); Clase Media Típica → 25% (Ingresos entre \$2200 y \$4000); Clase Media Recuperada → 25%; Clase Baja → 30%.

Como se puede observar en la tabla anterior, la tasa de penetración de internet en el nivel bajo y marginal es del 13%, muy inferior a la que podría alcanzar la TDTi. Todos estos indicadores muestran el destacado rol de la televisión en la sociedad argentina, sobre todo para los sectores sociales que se encuentran en la base de la pirámide, que acceden casi con exclusividad a la televisión gratuita.

Por ello, considerando la masividad del servicio de televisión analógica actual, que migrará a digital, y la facilidad y familiaridad de uso del televisor (que detallaremos más adelante), entendemos que la TDTi, puede convertirse en una gran herramienta para la reducción de la brecha digital sobre todo en los sectores socioeconómicos bajos.

Adopción (Uso)

La facilidad de uso de la TDTi, en conjunto con el desarrollo de aplicaciones útiles y atractivas, constituirá el motivo de adopción por parte de los usuarios. Las barreras de acceso a la información serán de esta manera superadas por los beneficios que obtendrán los usuarios a través de estas aplicaciones.

En muchos países de América existe un consenso respecto a que la TDTi será una muy buena herramienta para la reducción de la brecha digital. En efecto, en la "Guía de Implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital"

[GITTD_OEA] de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones, se indica: "Hoy, a través de América, la radiodifusión de televisión terrenal es uno de los medios de comunicación más conocidos e importante, transmitiendo noticias vitales, información y entretenimiento sin costo a cualquiera que tenga acceso a un equipo de televisión. Con una población de más de 800 millones, actualmente hay 400 millones de televisores en América, y este número sigue creciendo con la radiodifusión que alcanza más del 90% de los hogares en la mayoría de países."

Facilidad de uso de la TDTi

Sobre la facilidad de uso de la TV no creemos que haya mucho para agregar. Sólo ponemos énfasis en que todo lo que tendrá que hacer el usuario es manejar un control remoto con el que está ya familiarizado, no tendrá que preocuparse por la instalación de *drivers*, antivirus, sistemas operativos, ni periféricos como sí es necesario hacerlo en un ordenador. Esto, por supuesto requerirá un esfuerzo en los desarrolladores de aplicaciones interactivas para la TV Digital que deberán adaptar su interfaz a lo que puede hacerse con un cursor y un botón "ok". Deberán limitar lo máximo posible la necesidad de escribir ya que difícilmente la inclusión de un teclado *Qwerty* sea una buena idea para facilitar la adopción.

Aplicaciones

La televisión digital no sólo trae aparejada la posibilidad práctica de brindar imágenes y sonidos de alta definición. Su principal fortaleza, desde el punto de vista de la inclusión digital, es su capacidad de ofrecer aplicaciones impensables en el ambiente analógico.

En este apartado mencionaremos algunas de ellas, pero

sus posibilidades son mayores y sobrepasan la limitada imaginación de los autores del presente trabajo. Con esta lista de aplicaciones pretendemos ilustrar el concepto de que la TDTi será una herramienta eficaz en tender un puente hacia la inclusión digital.

Estas aplicaciones están soportadas por la interactividad y el concepto de hipermedia, evolución multimedia del hipertexto. Como han sostenido numerosos autores, la hipertextualidad es una de las características más poderosas de la web pues rompe con la linealidad del acceso a la información, permitiendo al usuario abrirse su propio camino dentro de la información. Esto dará a la televisión las potencialidades de la Web 2.0.

Es muy ilustrativo de las capacidades de la Web 2.0, el video "Web 2.0. The machine is us (ing us)" (<http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>) que recomendamos ver.

La televisión digital, al aumentar el número de medios posibles por los cuales una información puede ser transmitida para las personas, a través de diferentes órganos de los sentidos de éstas, contribuye para mejorar la calidad técnica de la comunicación.

Cualquier telespectador con un televisor actual podrá acceder a la funcionalidad de hipermedia a través de una unidad receptora decodificadora (también denominada *Set-Top-Box* o "STB").

Ayudados en estas funcionalidades se pueden desarrollar aplicaciones como, por ejemplo, las siguientes: Comercio Electrónico (*T-Commerce*); juegos en red; gobierno electrónico (*T-Government*); educación a distancia (*T-Learning*), la cual desarrollaremos más abajo; telemedicina; acceso a internet.

Algunas de estas aplicaciones ya fueron desplegadas en otros países. En los apéndices se dan ejemplos de las mismas.

La TDTi es una TIC

Ver: <http://img230.imageshack.us/img230/101/tpsocconfig06.jpg>

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), son las tecnologías que permiten la manipulación e intercambio de información. "Las TIC incluyen la televisión digital terrestre, el cine digital, los games, los celulares, los dispositivos móviles como los iPods, los iPhones, los Palms, los computadores con acceso a internet (de mesa o móviles) y, en poco tiempo, la radio digital". [CASTRO_2009].

Según la Comisión Europea, la importancia de las TIC radica menos en la tecnología misma que en su capacidad para crear un mayor acceso a la información y la comunicación en poblaciones desfavorecidas. Muchos países han establecido organizaciones para la promoción de las TIC porque se teme que, a menos que las áreas menos desarrolladas tecnológicamente tengan una oportunidad de emparejarse, los crecientes progresos tecnológicos de las naciones más avanzadas sólo servirán para exacerbar la brecha económica existente entre las áreas que tienen y no tienen acceso a la tecnología.

La Organización de las Naciones Unidas reconoce a las TIC un papel crítico y catalítico en el logro de sus objetivos de desarrollo para el milenio. Ya que las TIC no son sólo una rama más de la industria, sino que son un

habilitador para el logro de todos los objetivos de desarrollo para el milenio (MDG), ya que crean “mejoran dramáticamente las comunicaciones y el intercambio de información y conocimiento para fortalecer y crear nuevas redes económicas y sociales. Sus usos y aplicaciones son generalizados y transversales y pueden ser aplicados a todas las actividades humanas desde el uso personal hasta los negocios y el gobierno. Propicia un factor de aceleración a través del poder de la red que se torna cada vez más poderosa y útil cuantas más personas están conectas a ella, creando, entonces, externalidades de red o retornos exponencialmente crecientes a medida que el uso de la red crece. Y fomenta la disseminación de información y el intercambio de conocimiento separando el contenido de su ubicación física y venciendo a la distancia.”. [ONU ICTMDG].

Como ya hemos dicho en el presente trabajo, la Organización de las Naciones Unidas, reconoce el rol de las TIC en la reducción de la pobreza y las diferencias sociales y económicas, y se ha propuesto cuantificar el impacto de las TIC en el desarrollo.

Esta visión es en general compartida, por ejemplo, Cossette Castro en su trabajo publicado en [Castro_2009] agrega que son una herramienta fundamental en “la reducción de las llamadas brechas digitales y en la democratización del aprendizaje y el acceso al conocimiento”.

Apoyándose en autores como Martín Barbero y Castells, sostiene que hay dos formas de hacer frente al avance tecnológico: “dejar que las mayorías se queden desconectadas o luchar en el campo estratégico de las nuevas destrezas mentales relacionadas con las tecnologías”.

“Pero como recuerda Castells un año antes de la llegada del siglo XXI, la inclusión básica aquella que permite el acceso a las tecnologías, estadio en que Brasil y la mayoría de los países latinoamericanos intenta traspasar – no será suficiente, pues el mundo estará dividido entre los interactuantes e interactuados. Es decir, entre aquellos capaces de seleccionar sus propios circuitos de comunicación e información multidireccionales y aquellos a quien se direcciona un número limitado de opciones pre- preparadas, sean ellas en el campo de la educación o de la comunicación”.

Si bien la televisión tradicional podría ser abarcada por el concepto de TIC, en el sentido que sirve al intercambio de información, este intercambio es esencialmente unidireccional, entre el generador del contenido y el consumidor de dicho contenido.

Aunque actualmente existen algunos mecanismos de interacción entre el televidente y el programa, a través de llamados telefónicos, mensajes de texto y otros, esta interacción es muy limitada y la participación del televidente sólo se limita a votaciones o encuestas. Es por esto que no vemos en la televisión analógica un instrumento eficaz en el intercambio de información al estilo de otros medios bidireccionales como lo es el acceso a internet.

Por el contrario, la televisión digital, “facilita una variedad ilimitada de nuevos servicios de información, incluyendo servicios interactivos. Los servicios de información pueden integrarse con programas de video o independientemente de tales programas. Una gran cantidad de interactividad en tales aplicaciones puede brindarse simplemente descargando información sus-

tancial de la que los espectadores pueden escoger. La interactividad puede incrementarse aun más mediante el uso de un canal de retorno a través del cual los espectadores pueden solicitar contenidos específicos del radiodifusor. Existen múltiples tecnologías para implementar el canal de retorno, incluyendo, sin limitarse a ellos, las redes fijas y móviles, las conexiones de banda ancha o incluso un canal de retorno terrenal si se dispone de espectro adicional”. [CPQD_2001].

Por las aplicaciones de manipulación de información e intercambio de conocimiento que la interactividad en la televisión digital permite, es que la TDTi tiene las características principales del resto de las TIC y es por eso que se hace significativo su aporte en la reducción de la brecha digital. Es decir, la TDTi es una TIC comparable con el acceso a internet, pues permite el acceso al conocimiento de un modo equivalente y se convierte, por ejemplo, en un instrumento válido para el logro de los objetivos de desarrollo para el milenio establecidos por la Organización de las Naciones Unidas.

Uso social de la TDTi

TDTi, tiene valores para → Uso Social de → Ciencia, Educación, Colaboración, Igualdad, logrando un entorno de → mayor libertad

Entre las aplicaciones de la TDTi destacamos aquellas que de por sí apuntan a la mejora de la calidad de vida y a los indicadores de desarrollo social. Entendemos que estas aplicaciones prestadas desde la TDTi tendrán un mayor impacto que de ser prestadas sólo a través de internet.

Alta definición: La alta definición aparece como un salto de calidad importante definido por la relación de aspecto de los televisores y la multiplicación en los puntos que definen una imagen. Técnicamente, supone que una única emisión ocupa un ancho de banda que podría ser dedicado a más de una emisión en definición estándar.

Por tanto, la alta definición sacrifica una parte de la multiplicación de canales que permite la digitalización. Ello, obviamente, tiene consecuencias directas en el número de actores y su abanico de oferta en el mercado. Para el receptor supone la necesidad de equiparse con un televisor y un *set-top box* específicos y más caros que los de definición estándar a cambio de una promesa de mayor calidad de imagen y sonido.

Servicios interactivos: La transmisión de servicios diferentes a la transmisión televisiva tradicional empezó a funcionar con la televisión analógica. Con la llegada de los sistemas digitales es posible difundirlos ampliamente y a un coste razonable para operador y usuario, ampliando de esta manera el campo de acción de los servicios de la Sociedad de la Información (SI).

“El papel social de la TDT en la SI se halla ligado a su capacidad para integrarse como recurso de red en la oferta general de ancho de banda a los ciudadanos, con el fin de aumentar rápidamente el ancho de banda per cápita, parámetro que nos indicará el posicionamiento de un país en la Sociedad de la Información”. (Prado 2003: 40).

Televisión en movilidad: La posibilidad de recepción televisiva en movilidad es otra de las novedades que presenta la tecnología digital. Con ella se relacionan

también muchas incertidumbres sobre la demanda potencial de los usuarios, los modelos de negocio asociados y, nuevamente, las tecnologías y la relación con la TDTi.

En este contexto, la capilaridad de una red universal como la terrestre permitía, al menos teóricamente, extender los servicios electrónicos más allá de una red internet que todavía encuentra dificultades de penetración entre amplias capas de la sociedad.

Tomamos el *T-Learning* como ejemplo de estas aplicaciones, y lo desarrollaremos en este punto, pero la Telemedicina y la realización trámites administrativos por esta vía aplican al mismo razonamiento.

Como es importante para la inclusión que estos beneficios lleguen a todos y en especial a los sectores menos favorecidos socio-económicamente, el rol del Estado como promotor de esta tecnología será importante. Por ejemplo mediante el subsidio a los STB con capacidad interactiva y al despliegue de aplicaciones gubernamentales que usen esta plataforma (trámites de DNI, renovación de patentes, consulta de padrones, pago de impuestos, etc.).

Impacto social del T-Learning y T-Government

La necesidad de mejorar las oportunidades educativas y de formación es una de las prioridades más difíciles que deben cumplirse en nuestra constante evolución las sociedades del conocimiento.

Una difundida cultura de aprendizaje permanente parece ser la palanca para responder a la evolución de las habilidades y conocimientos requisitos. El uso de las TIC en los ámbitos de trabajo, la educación y la formación se ha abierto una variedad de oportunidades para mejorar los procesos de aprendizaje a nivel individual como a nivel organizacional, en términos de accesibilidad, flexibilidad, personalización, colaboración e intercambio de conocimientos.

En muchos aspectos, la proliferación de los servicios prestados a través de las TIC puede favorecer a las personas desfavorecidas, especialmente donde la movilidad es un problema y donde la persona tiene un acceso razonable a la tecnología. *T-Learning* y el *T-Government* es potencialmente incluyente, ya que se basa en la idea de que el uso de las TIC puede facilitar el acceso a recursos de aprendizaje y recibir informaciones de todo tipo dirigidas a todos los usuarios de los servicios públicos, ciudadanos y contribuyentes, con el potencial para superar algunas de las desventajas sociales y físicas para la brecha tecnológica.

Los usuarios potenciales de la tecnología de la TDT puede ser en su mayoría niños y ancianos, porque no tienen las habilidades necesarias para utilizar computadoras personales, por el contrario, el disfrute de la televisión es mayor entre las personas jóvenes y mayores.

En respuesta a esto los servicios educativos a otros medios que los ordenadores personales: *T-Learning* y el *T-Government*, con el apoyo de TV Digital Interactiva (IDTV) puede representar un camino para alcanzar el doble ámbito de aplicación de aprender y aprovechar las nuevas tecnologías a través de un instrumento tan ampliamente difundido y conocido, incluso en las clases sociales más bajas, tales como la televisión.

Aplicaciones T-Learning y T-Government

En este capítulo nos centraremos con las aplicaciones del *T-Learning* y *T-Government* donde abordaremos en especial temas vinculados a la brecha digital y la inclusión social, así como las características más destacadas del *T-Learning* (Televisión-Learning) y el *T-Government* (Televisión-Government).

Los términos *T-Learning* y *T-Government* se pueden relacionar con la obtención de materiales, contenidos y servicios de gobierno interactivos mediante un descodificador digital.

La usabilidad del *T-Learning* y su capacidad para difundirse con más facilidad abren nuevas perspectivas para una docencia dirigida a un mayor número de posibles usuarios, tanto en la enseñanza formal como en la no formal.

En este ámbito el *T-Government* abre nuevos caminos para realizar trámites con las a diferentes administraciones locales y nacionales que tiene como voluntad de dar un valor agregado a su programación mediante el acceso a noticias, información meteorológica, de tráfico o agendas culturales, y por el otro, recibir informaciones de todo tipo dirigidas a todos los usuarios de los servicios públicos, ciudadanos y contribuyentes.

El desarrollo real del sistema y aplicaciones se basa en la integración de las posibilidades y funcionalidades tanto de la televisión digital terrestre en especial para incrementar la interactividad, lo que favorece la aparición de comunidades de aprendizaje virtuales más implicadas.

La creación de nuevos servicios de valor agregado que utilizan la tecnología de difusión mediante la televisión digital terrestre permitirá llegar un mayor número de usuarios finales. El principal objetivo es ofrecer servicios de formación e información a usuarios que no pueden acceder por motivos culturales o económicos a una conexión a internet ni a un ordenador pero sí a los que tienen un televisor, y darles la oportunidad de adquirir conocimientos en numerosos ámbitos, lo que mejorará su nivel de competitividad laboral. En un futuro, las nuevas plataformas de transmisión digital contribuirán a la diversidad de medios de comunicación en muchos países, a la vez que ampliarán la oferta de actividades de formación y servicios gubernamentales y culturales para los ciudadanos de estos países.

Tanto el término *T-Learning* y *T-Government* está relacionado con la fusión de los materiales de capacitación y herramientas interactivas, usando un decodificador digital (comúnmente conocido como "STB"). La recepción de la televisión digital terrestre pasa a través de un descodificador específico de coste limitado, dotado de una interfaz simple que se puede conectar a un televisor estándar. Este dispositivo generalmente es de pequeño tamaño y no necesita de operaciones complejas para el encendido, el apagado y la selección de los canales que desee.

La difusión de la televisión digital a través de la radiodifusión presenta una ventaja importante en comparación con internet, en particular en los entornos domésticos y, además, es un sistema sin limitaciones de ancho de banda. Por otra parte, la interacción con los centros de servicio remoto puede ser fácilmente lograda mediante

una conexión a una línea telefónica activa durante un tiempo muy corto.

Por último, el costo psicológico de los frutos de la formación en un entorno doméstico es especialmente baja, y esto es otra ventaja de la difusión de *T-Learning* y el *T-Government* y un factor crucial para el interés de un alto porcentaje de usuarios potenciales.

La aplicación de *T-Learning* y *T-Government* en los sistemas de formación y la convergencia de servicios de gran utilidad suministrados por los diferentes organismos públicos, exige una selección de modelos metodológicos en condiciones de suministrar al usuario final grandes ventajas.

Los principales criterios que sustentan el diseño de un centro de prestación de servicios de TDT genérico hacen referencia a una arquitectura que tenemos que apoyar:

- Un gran número de usuarios (potencialmente millones) con una infraestructura específica dimensionada para permitir un gran número de concurrentes contactos interactivos (unos diez mil conexiones).

- La posibilidad de aplicar mecanismos de seguridad, porque la información intercambiada podrían ser reservada.

Desde un punto de vista técnico, los medios de comunicación sobre la TDT tienen todas las características necesarias: la prestación flujo de audio y vídeo es de alta calidad, por lo que es posible ejecutar presentaciones con ayudas gráficas sincronizadas con interfaces de usuario simples y se pueden acceder con un televisor ordinario comandado a distancia.

Por otra parte, se combina las transmisiones de televisión con una aplicación de *MHP*

(*Multimedia Home Platform (MHP)* que es un sistema intermediario (*middleware* en inglés) y especifica la creación de un programa multimedia que es una mezcla de televisión.

Una aplicación *MHP* puede proporcionar información de tipologías diferentes: el apoyo gráfico al audio / vídeo del programa, los programas de información auxiliar, control de acceso, la interactividad.

El *T-Learning* para aprendizaje se ha puesto de inmediato en el uso del elemento de interacción, ya que este factor ha determinado la popularidad y el éxito de la formación a través de tecnologías de juegos, comunidades virtuales, de cooperación de aprendizaje.

EL *T-Learning* y el *T-Government* han alcanzado una importancia considerable en los últimos años y se está convirtiendo en un medio potencialmente importante para crear oportunidades de aprendizaje en casa.

Como un subconjunto del aprendizaje electrónico emitido a través de diferentes medios de comunicación como la TDT puede ser muy beneficioso para las regiones donde el acceso a internet es significativamente bajo.

La posibilidad del T-gobierno de prestar servicios de gobierno directamente en el hogar resulta para el contenido y proveedores de servicios que la difusión será más fácil y menos costosa.

Conclusión

Entendemos que la TDTi es un proyecto de desarrollo centrado en el área temática de los contenidos digita-

les que potencia de forma incuestionable la creación de contenidos y servicios digitales para la televisión. Suponer la consolidación de la interactividad en TDT como la medida tecnológica decisiva y definitiva para proporcionar acceso a los servicios de la Sociedad de la Información a todo el conjunto de ciudadanos y la sociedad en general.

El proceso de digitalización de la emisión televisiva terrestre va más allá de una mera elección del estándar de transmisión. Tras éste aparecen diferentes estrategias que tienen una influencia directa en la estructuración del sistema televisivo de un país. A la vista de la situación argentina es difícil plantear un único modelo para la TDTi, ya que pueden ocurrir que por la vastedad de nuestro territorio se den impulsos de crecimiento de aplicaciones diferentes. Ver: <http://img20.imageshack.us/img20/8044/tpsocconfig07.jpg>

De este modo, como estrategia para la introducción definitiva de contenidos y servicios digitales TDTi, se considera que se incluyan obligatoriamente el soporte para servicios digitales interactivos y para el acceso a la Sociedad de la Información sobre el televisor.

De este modo La TDTi se adecua de forma inequívoca a los objetivos y prioridades temáticas de la presente ya que:

- a. Estimula la creación, edición, almacenamiento y distribución electrónica de contenidos digitales orientados a y para la televisión.

- b. Proporciona un impulso definitivo a la generación de servicios digitales, con lo que se crea un entorno ideal para el desarrollo de la Sociedad de la Información y su acceso por el conjunto de los ciudadanos en general, rompiendo la denominada brecha digital.

- c. Fomenta la presencia de contenidos y servicios digitales de TDTi en internet pudiendo éstos alimentar al receptor de TDTi a través del denominado canal de retorno en diversas modalidades: *Streaming* de contenidos digitales, carga de servicios digitales interactivos, etc. Ver: <http://img20.imageshack.us/img20/1781/tpsocconfig08.jpg>

Para la consecución de la hipótesis descrita, el proyecto de TDTi tiene como premisa ineludible que el nuevo televidente de TDTi incorpore las prestaciones tecnológicas con objeto de:

- Ser catalizador de cualquier tipo de contenido y servicio digital.

- Ser capaz de procesar contenidos y servicios digitales que puedan provenir de cualquier medio tecnológico de transporte digital.

Así mismo, el último condicionante para la consecución del objetivo final es que el receptor TDTi pueda ser puesto a disposición de todos los ciudadanos en el mercado a un coste reducido.

Dicho condicionante permitirá al proyecto lograr:

- Crear de forma definitiva el mercado de los contenidos y servicios digitales TDTi.

- Desarrollar una industria líder en TDTi.

- Consolidar la tecnología TDTi como principal vía de provisión de contenidos y servicios digitales y, de este

modo, romper de forma definitiva la brecha digital para así constituirse en un puente de Inclusión digital con valores para uso social. Por tanto, la regulación sobre la televisión digital interactiva debe extenderse más allá de ésta en sentido estricto y abarcar el conjunto del sector audiovisual, ya que el papel jugado por las plataformas o el control de los derechos de emisión determinan sobremanera la posición final de los actores y sus posibilidades de negocio. Por lo que:

Ver: <http://img262.imageshack.us/img262/2120/tpsconfig09.jpg>

La Televisión Terrestre Digital Interactiva (TDTi) es la herramienta de inclusión digital en Argentina.

Apéndice. Estudio de cobertura poblacional de la TV en Argentina

(Ejemplo de verificación de estadísticas del servicio de televisión para la provincia de Santa Fe)

A partir de los datos del INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001) y las coordenadas geográficas provistas por el Instituto Geográfico Militar (IGM) para todas las localidades de la República Argentina, hemos desarrollado las siguientes tareas:

a. Mapa temático digital de la República Argentina interactivo en Coordenadas Geográficas Datum WGS84, incluido en una planilla de cálculo EXCEL, con las siguientes capas: 1. División política; 2. TV Autónomas (Estaciones): muestra las ubicaciones de las estaciones de televisión autónomas; 3. TV Autónomas (Contornos): muestra el área de servicio (limitada por un contorno de servicio) de las estaciones autónomas; 4. Localidades INDEC Provincia de Santa Fe: muestra la ubicación de todas las localidades censadas por el INDEC para la citada provincia; 5. Localidades del IGM: muestra la ubicación de todas las localidades pertenecientes al "Atlas Geográfico" del IGM; además, seleccionando una localidad con el cuadro desplegable inferior, un radio en kilómetros respecto de ésta y tildando la opción "Radio de Cobertura", se observan los puntos que representan todas las localidades que se encontrarían dentro de dicho radio.

Ver <http://img260.imageshack.us/img260/7898/tpsconfig10.jpg>

b. Teniendo en cuenta el listado de las estaciones de televisión autónomas (es decir, que generan programación) con sus respectivos radios de cobertura, para la provincia de Santa Fe, según datos provistos por el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), se determinaron las localidades incluidas dentro de dichos radios, y por ende la cantidad de población servida, desarrollándose las estadísticas que se muestran:

"Figura 1a población servida por la TV Autónoma en provincia de Santa Fe"

No servida → 1.000.952 (33,36%); Servida → 1.999.749 (66,64%)

"Figura 1b: hogares servidos por la TV Autónoma en provincia de Santa Fe"

No servido → 286.835 (32,89%); Servido → 585.297 (67,11%)

Ejemplos de aplicaciones de TDTi [FTTD_ESP2]

- Inglaterra. (www.dtg.org.uk). En diciembre de 2004, el 59% de los hogares ingleses disponían de TV Digital. De ellos, al menos 4.600.000 hogares ya recibían TDT. Aprovechando la experiencia de e-Government, "Uk interactive online" implementó algunos de esos servicios, también en la televisión digital: primero en la plataforma de Sky (Sat , luego en Telewest y Ntl (Cable) y se encuentra actualmente en implementación sobre Freeview, la plataforma gratuita de TDT inglesa.

Los ayuntamientos de cada región tienen algunos servicios en común y otros particulares de cada comunidad. Básicamente se trata de información para el ciudadano (municipal y general) y de alguna aplicación interactiva sencilla (búsqueda de trabajo).

O una serie de servicios, como en la televisión de Kirkless, donde es posible consultar a través de la televisión, información sobre Empleo (Vacantes de verano) Políticas de Medioambiente, E-Learning, datos de la Comunidad, Información sobre transporte público, etc.

En otros casos, hay verdaderas interacciones más complejas, que permiten a los ciudadanos algún tipo de transacción, como un sistema de pagos (de tasas e impuestos) en la TV de Knowsley.

Sin duda, el servicio inglés más reconocido en TV interactiva es el del National Health Service, que será implementado este año en TDT y que se encuentra disponible en plataformas satelitales como Sky desde el 2004. NHS online funciona en internet y a él accede una parte importante de la población. Pero su implementación en televisión fue lo que le permitió llegar a distintos tipos de usuarios, especialmente tercera edad. Se trata de aproximadamente 3000 páginas de información sobre 500 tópicos generales de salud, que incluyen imágenes y videos. (Fuente: www.nhs.co.uk)

Un nuevo servicio en implementación durante el 2005, *Teachers TV*. Si bien es una iniciativa de iTV del gobierno, la producción de servicios y contenidos es realizada por empresas independientes: videos, fotos, ejercicios, etc. Es un soporte a la educación en las escuelas y en los hogares. Tiene una agenda diaria, con cursos y clases, un área de intercambio de información y experiencias y secciones de *T-Commerce*. (Fuente: Teachernet.gov - www.teachers.tv)

- Finlandia. (www.arvid.tv) ARVID es el programa que el Gobierno de Finlandia puso en marcha para promover proyectos de TV Digital, con la intención de lograr la migración hacia la TV interactiva. Sobre la base de aplicaciones en MHP, ARVID financia proyectos tecnológicos, de contenidos, publicidad y también de servicios públicos en TV. Los servicios de Sociedad de la Información y la Administración Pública en TV son motivo de un programa especial de dos años (*Digital TV Cluster Program*) dedicado a investigar y poner en marcha proyectos de este tipo. A lo largo del 2004 han realizado 14 pilotos de TV interactiva. Entre ellos: Subtitulaciones en MHP; Librerías Públicas en Televisión; Aprendizaje de idiomas en entornos visuales en TV (finlandés / sueco); EPGs y Teletextos, Captura de imágenes de la TV, Autenticación de usuarios.

Y otra serie de Servicios Públicos, propuestos por la Administración: Un portal con información sobre Helsin-

ki, en el que se encuentran servicios, agenda, eventos, programas especiales, alertas ciudadanas, etc.

Servicios para la tercera edad y para discapacitados, que no sólo les ofrece información sobre servicios públicos, sino que también facilita el su contacto con otras personas.

El canal de retorno y las aplicaciones interactivas, permiten a las personas que viven solas, tener un contacto con los organismos públicos dedicados a asistir a estos colectivos de la población y seguir programas de entrenamiento físico.

(Fuente: www.ouka.fi - Programas y *Chats* que ofrecen no sólo texto, sino lenguaje de señas); (Fuente: www.kl-deaf.fi - Programas subtítulos, especialmente para personas sordas o con dificultades auditivas).

T-learning para niños entre 9 y 11 años, para aprender fuera de la escuela a través del entretenimiento. Asociados a este servicio hay una comunidad en la que los niños pueden enviarse información a través de móviles y compartir contenidos propios en el televisor. (Fuente: www.vle.fi)

- Italia (www.dgtvi.it). En Diciembre 2003 nació en Italia el grupo DGTVi, cuyo objetivo era implementar la TDT en el país, garantizando la interoperabilidad entre las aplicaciones y los receptores y el correcto funcionamiento de las aplicaciones en todos los multiplex.

El gobierno italiano comenzó la subvención de *decoders* de TDT MHP con canal de retorno y Smart Card en el año 2004 (150 €) y continúa haciéndolo durante el 2005 (70 €) por receptor.

De esta manera garantiza *T-Government*, operaciones comerciales de pago, controles de acceso embebidos, etc. y evita la entrada masiva en el mercado de *zappers* (receptores de TDT que no permitirán al televidente ningún tipo de interactividad).

Actualmente, desde su lanzamiento el 1 de enero de 2004, se han vendido casi 2 millones de receptores con MHP y la distribución de *Smart Cards* se realiza en forma pareja en todo el país.

Por otra parte, el gobierno tiene previsto un presupuesto de 7.000.000 € para el desarrollo de servicios en TV interactiva.

Casi 30 proyectos se presentaron en una licitación de servicios generales para la TVi, entre los que se encuentran algunos de *T-Government*.

(Fuente: RAI Center for Research and Technical Information)

- Alemania (www.ueberallfernsehen.de). En Octubre de 2002, comenzó en Berlín el lanzamiento de la TDT, usando dos *multiplex*.

Actualmente, las regiones alemanas están implementando la TV Digital en todas las comunidades. Desde marzo del 2005, más de 6.000.000 de hogares reciben TV Digital casi el doble que en igual período del año anterior con un número aproximado de 2.000.000 de receptores de TDT. El apagón analógico se ha ido implementando rápidamente por regiones (*Länder*) en algunas de las cuales, entre el lanzamiento de la TDT y el fin de las emisiones analógicas, sólo pasaron tres meses (*Rhine Main*, octubre a diciembre de 2004) El país tiene gran desarrollo de TV satelital y por cable en algunas regiones, de modo que buena parte de la población

usa la TDT en el segundo y tercer televisor de su hogar. Mientras tanto, el número de hogares que utilizan la TDT como TV primaria va en aumento, especialmente en las regiones donde la implantación de otros sistemas de TV no era tan importante. La tendencia en Alemania es continuar la implantación de la TDT manteniendo períodos breves de *simulcast* analógico/digital.

Varios canales de TV en Alemania trabajan actualmente con MHP. ARD, ZDF, Pro7, FoxKids, Horzü y otras, tienen en general como aplicaciones interactivas: Especialmente EPG, noticias, aplicaciones en programas de debates y política, juegos y *quizzes*.

También hay algunos contenidos de servicio público, como la Meteorología, pero todavía, pocas aplicaciones relacionadas con la Administración Pública.

- Francia (www.tnt-gratuite.fr). La implementación de la TNT en Francia ofrece actualmente y en forma gratuita, 14 cadenas de Televisión Digital Terrestre. El gobierno tiene previsto una implantación rápida por regiones, que llevará a todo el país a disponer de TDT en el año 2007 Aunque Francia adoptó el MHP como *Standard* para la TV interactiva, no hay aplicaciones previstas en la TV gratuita, ya que gran parte del mercado se volcó especialmente a *zappers* que hacen imposible la interactividad. En los canales de pago de distintas plataformas, como TPS, NOOS o Canal Satellite tienen aplicaciones interactivas que consisten generalmente en EPG, juegos, información de deportes, *tickers* de noticias, *T-Commerce*, etc. A nivel comercial, una de las aplicaciones más exitosas en Francia es Eiquidia - en Canal Satellite-. Permite apuestas de caballos en TV directamente durante las carreras nacionales.

- Bélgica (www.csa.be). Durante el año 2004, el gobierno flamenco en Bélgica puso en marcha proyectos piloto de servicios y aplicaciones en MHP relacionadas con temas de gobernabilidad. Bélgica es un país con alta implantación de TV por cable. Por eso, a lo largo del 2005 el mayor proveedor de cable belga (Telenet) firmará un acuerdo con el gobierno para realizar pruebas de TV interactiva, utilizando MHP con la intención de estandarizar ese sistema en los proyectos de DVB. Telenet tiene previsto entregar PVRs con MHP para realizar pruebas con sus clientes que permitan interactividad con el usuario y sistemas de pago.

Datos estadísticos del caso brasileño [FUNTEL]

La cobertura del servicio de televisión analógica abierta y gratuita en el Brasil es de una magnitud similar a la de la Argentina. Y sus implicancias sociales, también. Entendemos, entonces, que la visión estratégica y las políticas desarrolladas por las autoridades del vecino país para la introducción de la televisión terrestre digital, podrían ser perfectamente aplicables en el nuestro. Es por ello, que describimos aquí sus fundamentos.

En la "Exposición de Motivos" [EXPMOT_2003] mediante la cual el Ministro de Comunicaciones de la República Federativa del Brasil elevó al Presidente, el 27 de noviembre de 2003, el proyecto de Decreto que instituyó el Sistema Brasileño de Televisión Digital - SBTVD se destaca lo siguiente: "...El sistema de televisión abierta brasileño es uno de los mayores del mundo. Una de sus más importantes características, sobretudo

considerando la realidad social brasileña, es el acceso totalmente gratuito para los usuarios. Cerca del 90% de los hogares brasileños poseen receptores de televisión. Sin embargo, aproximadamente el 80% reciben exclusivamente señales de televisión abierta. La programación transmitida a los telespectadores es una fuente importante de información y entretenimiento de la población brasileña, al que corresponde una innegable responsabilidad respecto a la cultura nacional y a la ciudadanía...”

“...La diseminación de la televisión abierta digital, con la previsión de conexión al internet, tiene una importancia estratégica para nuestro país, visto que se beneficiará casi toda la población en los próximos años, con la creciente democratización del acceso a la información...”

“...De manera muy sucinta, la adopción de la tecnología digital es capaz de ofrecer, entre otros, los siguientes beneficios para la sociedad en general, y para los usuarios, en particular:”

a) Democratización del acceso a la información, promoviendo las inclusiones digital y social;

b) Nuevos servicios y aplicaciones de telecomunicaciones, integrando señales digitales de diversas naturalezas (además de audio y vídeo), sobretodo aquellos basados en interactividad;”

“...La elección del estándar brasileño de TV digital debe atender a los efectivos requisitos de nuestra sociedad, considerando el nivel de renta de la población y las posibilidades creadas por la interactividad. Conforme se destaca en esta Exposición de Motivos, la televisión digital no es tan sólo una evolución tecnológica de la televisión analógica, pero una nueva plataforma de comunicación, cuyos impactos en la sociedad aún se están delineando...”

“...El sistema de televisión digital a ser adoptado en Brasil deberá:

a. proporcionar interactividad y el consecuente desarrollo de noticias aplicaciones que ofrezcan entretenimiento a la población, promuevan la educación, la cultura y el pleno ejercicio de la ciudadanía;

b. poseer atributos básicos de bajo costo y de robustez en la recepción, de manera a atender a las reales condiciones de la gran mayoría de la población, garantizando que también aquéllos que hoy disponen de un aparato modesto, con condiciones precarias de recepción, no se vean privados de esta importante forma de entretenimiento y difusión cultural;...”

Esa visión estratégica se basa en los siguientes datos estadísticos tomados de [FUNTTEL] “que ayudan a tener una real dimensión del posible impacto de la Televisión Digital como herramienta de inclusión digital en los sectores más empobrecidos del abanico social”.

Si se analiza “la distribución de los domicilios urbanos de acuerdo con las clases económicas (A1, A2, B1, B2, C, D, y E) y las regiones del Brasil se percibe que la mayoría de la población se encuentra en las clases C y D, las que poseen un bajo poder adquisitivo”.

“La disparidad de las condiciones de población y domicilios también se refleja en la posesión de bienes electrónicos, conforme a un censo del año 2003”.

“Se observa una fuerte presencia de la televisión en los

domicilios brasileños, que supera, inclusive, a la heladera. La alta penetración de la televisión es una característica a ser destacada, pues revela la importancia que la población da a ese bien, ya sea como fuente de información o entretenimiento”.

“Las disparidades en la posesión de bienes electrónicos son aún mayores tratándose de una computadora y acceso a internet, conforme a los resultados de una investigación realizada en 2004. Se puede notar que más de la mitad de los domicilios de clase A poseen acceso a internet, mientras que el porcentaje de la clase E es prácticamente nulo”.

“Los mismos resultados de la investigación realizada en 2004 revelan que en un 21% de los domicilios existe por lo menos una persona que accede a internet y los lugares donde son realizados los accesos están distribuidos en las siguientes proporciones: 49% en casa, 40% en el trabajo, 25% en la escuela y 14% en “kioskos” (sic.). En cuanto a la participación de las clases D y E se observa que en apenas un 1% de los domicilios de clase E y en apenas un 8% de los domicilios de la clase D hay al menos una persona que accede a internet”.

“En la clase D es donde se observa la mayor importancia del acceso a internet en las escuelas; ese dato, analizado conjuntamente con las evaluaciones etnográficas sobre las personas con menor capital cultural, revelan una gran importancia en la educación de los hijos por parte de los padres que no pudieron terminar la educación formal. Se concluye que la mayor parte del acceso en las escuelas es realizado por los hijos y en muchos casos éstos son los únicos residentes del domicilio que poseen contacto con ese ambiente. También se puede inferir que esos jefes de familia hacen una fuerte asociación entre internet y la educación de los hijos. De esa forma el uso del receptor de TV digital en la promoción del acceso a internet aumenta el valor percibido por ese dispositivo, lo que puede llevar a un aumento y hasta mismo a una mayor velocidad en la adopción de esa tecnología”.

“La televisión está presente en la gran mayoría de los domicilios, como vimos anteriormente, y es asistida por casi la totalidad de la población brasileña. De acuerdo con una encuesta realizada en el año 2002, cerca del 98% de los entrevistados respondieron que ven televisión, en tanto que el segundo medio de mayor alcance es la radio con un 89% de penetración. Otros medios tales como revistas y periódicos consiguen una penetración inferior (56% y 47%, respectivamente)”.

“La televisión congrega varias formas de expresión (periodística, artística, comercial, etc.), suscitando intereses y consumos variados en la población”.

“La alta audiencia de la televisión se debe al hecho que ella es considerada por la gran mayoría de la población (91%) como la principal fuente de información y noticias, bastante distante de los periódicos impresos, que tienen el 50%. Cabe destacar que la presencia de la televisión en la vida cotidiana no se resume apenas a la información, toda vez que es notable su papel en el entretenimiento, como revelan los altos índices de audiencia obtenidos por las novelas y programas de auditorios”.

“Los programas de mayor audiencia, indicados por el 80% de los entrevistados en la investigación de 2004,

son las novelas y los noticieros”.

“En cuanto a la estimación de uso de la televisión digital realizada durante 2004, los resultados son los siguientes:”

“...es importante notar que la posibilidad de acceder a internet por la televisión presentó un porcentual superior entre los domicilios de la clase A en comparación con los de la clase E (70,7% y 39,4%, respectivamente). Ese desnivel puede estar asociado al hecho que la población de clase E no posee acceso a este servicio, lo que limita su conocimiento sobre las posibilidades de internet, no valorizando ese atributo de la misma forma que la clase A”.

“Por otro lado, el atributo “tener un canal con más informaciones para el ciudadano” presenta una situación inversa, es decir, los domicilios de menor renta dan mayor importancia a ese atributo que los de mayor renta”.

“Cabe resaltar que los atributos de más fácil percepción de utilidad por la población son: imagen sin lluvias ni fantasmas, imagen más nítida y mayor número de canales. Ello se debe a que actualmente son ofrecidos por los operadores de TV por suscripción y son rutinariamente explicitados a la población por medio de esfuerzos de *marketing* de esas mismas operadoras”.

“De esa forma, la población proyecta esas características para la televisión digital mientras que la interactividad representa una novedad difícil de evaluar claramente. Ese aspecto puede ser ilustrado por el hecho que las clases de mayor poder adquisitivo valorizan más la posibilidad de acceder a internet por la televisión que la población con menor poder adquisitivo (por lo explicado anteriormente)”.

“Siguen en orden de importancia los atributos siguientes: tener un canal con más informaciones para el ciudadano, mejor calidad de sonido y tener un canal para comunicación con el gobierno. El atributo de mejor calidad de sonido está más relacionado a los atributos relativos a la mejora en la calidad de imagen, mientras que los atributos “tener un canal con más informaciones” y “para comunicación con el gobierno” se originan en el ansia de la población de recibir más informaciones y poder usufructuar los servicios públicos, no necesariamente de cobertura nacional sino, tal vez, de cobertura municipal. Esos dos atributos revelan el interés de la población por medios y servicios que garanticen su ciudadanía. En ese punto la televisión digital puede presentar un servicio más atrayente, lo que aceleraría y ampliaría su penetración contribuyendo a la inclusión social”.

“Otro atributo de elevada importancia es la posibilidad de acceder a internet por la televisión, pero con la reserva que posiblemente los beneficios de ese atributo son de difícil percepción sobre todo en las clases económicas con poca familiaridad con la internet. No obstante, ese interés se manifiesta de otras formas: por la procura de telecentros, por la alta tasa de crecimiento de internet en los hogares, etc.”.

“De ese modo, el uso de internet mediante la televisión puede significar una mejora en la percepción del valor de la televisión digital y, consecuentemente, una mejor penetración del servicio”.

Referencias bibliográficas

- [ALADI 2003] Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) – Brecha digital y sus repercusiones en los países miembros de la ALADI – Julio 2003.
- [ATVC_2005] Asociación Argentina de televisión por cable (ATVC) - “La industria de la televisión por cable: Herramienta de integración nacional”. 2005.
- [CPQD_2001] *Fundação Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD) - Relatório Integrador dos Aspectos Técnicos e Mercadológicos da Televisão Digital, Versão 1.0* - Marzo 2001.
- [CASTRO_2009] Cossete Castro - Televisión digital y educación a distancia: Unión perfecta para la inclusión social – Publicado en *Contratexto Digital* - Año 6, N° 7. ISSN: 1993-4904, Universidad de Lima - Marzo 2009.
- [DEC1148 2009] Decreto N° 1148/2009 del Poder Ejecutivo Nacional de la República Argentina - TV Digital - Creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, Septiembre 2009.
- [EXPMOT_2003] Ministro Teixeira. - Exposición de motivos que instituyó el sistema brasileño de tv digital – Brasilia - Noviembre 2003.
- [FINQ_2007] Susana Finkelievich y Alejandro Prince - El (Involuntario) rol social de los cibercafés – Agosto 2007.
- [FTTD_ESP1] Foro Técnico de la televisión digital - Servicios de la sociedad de la información de interés público. - Administración, sanidad y educación vía TV digital - Secretaria de estado de telecomunicaciones y para la sociedad de la información – Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España – Agosto 2005.
- [FTTD_ESP2] Foro Técnico de la televisión digital - Sociedad de la Información y Administración Pública en Televisión digital en Europa - Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información – Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España – Octubre 2005.
- [Funttel] *Funttel & CPqD. Mapeamento da demanda – Pesquisa de mercado e análise de tendências – Projeto Sistema Brasileiro de Televisão Digital* – Noviembre 2004.
- [GITTD_OEA] Guía de implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital - Organización de los Estados Americanos - Comisión Interamericana de Telecomunicaciones - Comité Consultivo Permanente II: Radiocomunicaciones incluyendo Radiodifusión – Octubre 2008.
- [ONU_ICTMDG] *Innovation and Investment: Information and Communication Technologies and the Millennium Development Goals. Report Prepared for the United Nations ICT Task Force in Support of the Science, Technology & Innovation Task Force of the United Nations Millennium Project- New York* - Abril de 2005. Postgrado en TV Digital La TDTi como herramienta de inclusión digital en Argentina.
- [PARODI_2004] Ing. Osvaldo Enrique Parodi, actual Director de Planes y Gestión del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) – “EL CAI EN CAPER 2004” – Disertación sobre televisión digital en representación del Centro Argentino de Ingenieros (CAI), durante la exposición internacional organizada por la Cámara Argentina de Productores de Equipamiento de Radiodifusión (CAPER).

- [P&C_2007] Observatorio TIC *Prince & Cooke*. - Indicadores tecnológicos 2007 de Argentina.

- [Prince_2007] Dr. Alejandro PRINCE - Panel impactos sociales de las TIC: convergencia y desarrollo – *Expo-Comm* - Buenos Aires - Octubre 2007.

- [QVCMV_2009] Qué ves cuando me ves - La televisión argentina como industria cultural – Publicación de la Editorial Altamira para la Secretaría de Cultura de la Nación – Abril 2009.

La planificación y la evaluación de las producciones escritas. Cuestiones teóricas y propuestas áulicas

Marcelo Bianchi Bustos

Una de las mayores preocupaciones de todos los niveles del sistema educativo y de la sociedad en general tiene que ver con la escritura de los estudiantes y futuros profesionales. Tal como se ha abordado en otros trabajos (Bianchi Bustos, 2007, 2008 y 2009) es necesario mejorar las producciones de los alumnos pero no se trata de una tarea fácil sino que lleva consigo un verdadero esfuerzo, tanto del docente como del estudiante. Pues es necesario repensar la escritura, repararla, hacer un trabajo artesanal para poder mejorar la calidad de los trabajos académicos. En este artículo voy a desarrollar, a partir de muchas reflexiones surgidas con la práctica, los momentos del proceso de escritura, con algunas sugerencias didácticas para abordar algunos temas, y posteriormente de la evaluación de las producciones de los alumnos.

El momento de la planificación de la escritura es uno de los tres pasos que fueron propuestos por Linda Flower y John Hayes (1996) y otros teóricos de importancia a nivel mundial para abordar el complejo tema del proceso de escritura. En la primera de las etapas lo que se genera es la idea del texto. Pensemos juntos por un momento en qué implica planificar un texto y cuáles son sus momentos. Hay una frase de Lewis Carrol que forman parte de mi repertorio de frases pues la he citado varias veces pero siempre encuentro el momento propicio para hacerlo. Esta dice, en Alicia en el país de las Maravillas cuando el Gato le dice a la protagonista de la novela: “Podrás llegar si sabes donde”. Con esta frase tan sencilla deseo introducir el tema de que siempre, al escribir, es necesario planificar nuestra acción para saber a dónde queremos llegar y poder de esa forma cumplir con nuestros objetivos. La respuesta del gato además nos puede servir, llevándola a otro terreno, a pensar en la utilidad de planificar las acciones y conocer cual es el punto al que queremos arribar cuando nos ponemos a escribir. Mucho se ha escrito sobre el tema y tal vez este texto no sea original ya que sólo pretende reflexionar, insisto en la necesidad de pensar en el proceso de escritura y la necesidad de planificar cada cosa antes de plasmarla en el papel.

Una vez delineados estos pasos previos, llega el momento de plasmar las ideas en el papel (lo que muchos teóricos llaman “la puesta en texto” o la textualización).

Es posible que en esa instancia se genere un momento de tensión seguido de un estancamiento causado por el temor al papel en blanco: no saber qué decir, cómo hacerlo, cómo comenzar, qué palabras utilizar, etc. Si lo que tenemos que producir son textos no ficcionales lo ideal es que los alumnos tengan la idea de que ese texto es para un destinatario real y no para cumplir con una simple actividad incluida en la planificación del docente y que pretende evaluarlos. Para eso deberíamos intentar que sus producciones tengan una cierta circulación por distintos ámbitos, aunque los mismos sean reducidos. Si lo que tenemos que producir son textos ficcionales –el objetivo de este trabajo– lo que hay que hacer es pensar en un lector ideal que al leer la producción pueda llegar a tener una idea cabal de lo que se quiere transmitir, que no queden dudas, que todo sea claro y que forme un cuerpo cohesivo y coherente. En esta instancia de escritura, los hechos, las ideas, la información se transforman en palabras, en oraciones, párrafos, regidos por la sintaxis. Aquí se debe tener en cuenta también la tipología textual a utilizar y cuál es su estructura, su lógica, su funcionamiento. Por último se llega a la etapa de revisión, es decir a la relectura y a la evaluación del texto, aspectos de los que me ocuparé más adelante.

1. Una propuesta áulica llena de comentarios vinculados con la experiencia. Comunicación y escritura. Ideas teóricas y proyecto de trabajo

La escritura es comunicación, es materia y debe tener una forma. Pero ¿cómo lograrla? Hoy se pretende dar un vuelco importante en lo que respecta a la didáctica de la escritura Tal como lo señala Mónica Rojo, existen una serie de cuestiones de fundamental importancia que antes no eran tenidas en cuenta por los docentes del área y que hoy forman parte de una realidad indiscutible y que no puede ser alejada de las aulas. En primer lugar, la autora dice que “la lengua sirve para comunicar e influir sobre los demás; los textos responden a necesidades variadas; están insertos en diferentes situaciones y sus reglas de uso no sólo responden a cuestiones ortográficas o a la sintaxis de la oración” (Rojo: 13). El segundo aspecto analizado por la autora es que la lectura es un proceso en el cual se producen intercambios entre los conocimientos previos que posee el lector y la información visual que el texto ofrece, incluidos los tipos de letras, ilustraciones, fotografías, etc.

Considero que la única manera de aprender realmente estos contenidos es por medio de un trabajo integrado en el cual se tenga en cuenta ambos enfoques.

Si la propuesta pedagógica tiene que ver con la adquisición y el aumento de nuevas competencias necesarias para poder desenvolverse en el mundo actual, el estudio y el trabajo con el género periodístico puede resultar de fundamental importancia ya que posibilita leer, analizar, comprender y valorar una visión del mundo y a partir de estas, nos da las herramientas básicas para actuar en consecuencia.

La comunicación periodística como un trabajo de escritura

Tenemos que tener presente que desde el origen mismo