

Bogotá, abril 01 de 2024

Acta de inicio - PI00220241

Señores

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

Fundación Universitaria Compensar

Ciudad, Bogotá

Respetuoso saludo,

La Dirección de Investigaciones se permite confirmar el inicio del proyecto con código **PI00220241**, Titulado **“LA INCORPORACIÓN DE INICIATIVAS INNOVADORAS DE CONTENIDOS Y TECNOLOGÍAS EN LA RADIO PÚBLICA- CASO RTVC. TERCERA FASE”** presentado por la **Facultad de ciencias sociales y educación** y que luego de su evaluación y revisión, ha sido aprobado para ejecución en el marco de la convocatoria interna 2024-I, con fecha de inicio **20 de marzo de 2024** y fecha de finalización el **29 de noviembre de 2024**.

El proyecto será ejecutado por los investigadores del **Grupo de Comunicación, Medios y Mercadeo - ICOM** con la siguiente asignación de tiempos.

Cédula	Nombre completo	Rol	Horas
1032359846	Yivany Andrea García Castañeda	Investigadora Principal	10
52791969	Diana Elizabeth Ruiz Herrera	Coinvestigadora	5
72357671	Hermes Martínez Banfi	Coinvestigador	10

El proyecto **“LA INCORPORACIÓN DE INICIATIVAS INNOVADORAS DE CONTENIDOS Y TECNOLOGÍAS EN LA RADIO PÚBLICA- CASO RTVC. TERCERA FASE”** cuenta con un presupuesto aportado por las entidades participantes de (**\$ 5.000.000**). Este presupuesto no incluye los gastos de personal UCompensar.

Es compromiso de las Facultades facilitar el uso de los tiempos asignados para el proyecto, de manera que no se afecte la obtención de resultados. De otro lado, el investigador

principal será el responsable de legalizar los resultados obtenidos ante la Dirección de Investigaciones, aunque se entiende que todos los investigadores son responsables por la generación de resultados y ejecución del proyecto a satisfacción.

El proyecto entregará informes en las siguientes fechas:

- Informe de avance: **Agosto 16 de 2024**. (Los investigadores que finalicen contrato antes de esta fecha entregarán informe la semana previa a la finalización de su contrato.)
- Informe final: **Noviembre 29 de 2024**.

Los compromisos en producción para este proyecto son:

RESULTADOS ESPERADOS		
TIPO DE PRODUCTO / TEMÁTICA (MINCIENCIAS)	CANAL DE PUBLICACIÓN OBJETIVO	CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO (MINCIENCIAS)
Producto de apropiación social de conocimiento	Un (1) Informe final de investigación.	IFI
Nuevo conocimiento	Un (1) Recurso pedagógico dirigido a las Emisoras de Paz de RTVC Un (1) Diplomado sobre innovación radiofónica en medios públicos dirigido a emisoras de servicio público de RTVC, comunitarias, alternativas, indígenas y universitarias.	Producto Top. Número de Productos resultados de la creación o investigación-creación vinculados al Grupo con calidad A
Nuevo conocimiento	Un artículo Q3 resultados de la investigación	B Revista ubicada en el cuartil 3 (Q3) del Journal Citation Reports (JCR), del Scimago Journal Rank (SJR) o del CiteScore de Scopus

Otra producción:

IMPACTOS ESPERADOS		
TIPO	DETALLE	BENEFICIARIOS
Generación de Conocimiento	3	Comunidad académica
Alianzas Estratégicas	1	RTVC
Desarrollo de las regiones	1	Emisoras de paz del territorio nacional (16)

En relación con el impacto al sector externo con los resultados de esta investigación, se formulan las siguientes acciones puntuales de transferencia con empresas, organizaciones y comunidades.

ACCIONES DE GENERACIÓN DE VALOR CON EL SECTOR EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a los líderes de las diez y seis (16) Emisoras de Paz de la RTVC a nivel nacional. • Oferta de educación continuada a través de un (1) Diplomado en innovación radiofónica para medios públicos (Emisoras de servicio público de RTVC, comunitarias, alternativas, indígenas y universitarias).

En constancia se firma el 01 de abril de 2024.



YIVANY ANDREA GARCÍA CASTAÑEDA

Investigador Principal
Cédula: 1032359846



XIMENA SERRANO QUIROGA

Directora Gestión Académica
UCompensar

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO			
Título:	La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- Caso RTVC. Tercera Fase	Convocatoria:	Interna 2024
Grupos de investigación :	ICOM	Entidad Proponente de la Convocatoria:	Fundación Universitaria Compensar
Líneas de investigación :	Comunicación, narrativas y prácticas sociales	Duración en Meses:	10
		Presupuesto UCompensar:	\$ 4.000.000
		Presupuesto Terceros:	\$1.000.000
Temáticas priorizadas UCompensar:	Tecnología	Ingresos esperados a generar por el proyecto:	\$3.000.000
Fecha Inicio:	01/02/2024	Fecha Fin:	30/11/2024
Objetivo estratégico institucional:	Maximizar la excelencia académica		
Palabras clave:	Innovación pública, medios públicos y comunicación – educación.		
PERSONAL INVOLUCRADO			
Nombre	Función / Rol en el Proyecto	Institución	Horas Semanales
Yivany Andrea García Castañeda Investigadora Principal UCompensar	Investigadora Principal	UCompensar	10
Diana Elizabeth Ruiz Herrera Coinvestigadora UCompensar	Coinvestigadora	UCompensar	5
Hermes Martínez Banfi Coinvestigador RTVC	Coinvestigador	RTVC	10
POSIBLES ALIADOS			
Institución	Sector	Contacto (E-mail y Teléfono)	Posible monto financiero a aportar
RTVC (Radio Televisión Nacional de Colombia).	Público	Hermes Martínez – hmartinez@rtvc.gov.co	Horas nómina coinvestigador



Red de Radios Universitarias de Colombia	Privado	rruc.contacto@radiouniversitaria.org	Espacio de difusión de productos radiofónicos
RESUMEN EJECUTIVO			
<p>Desde el año 2021 se han venido desarrollando una serie de iniciativas con RTVC como parte del Sistema de Medios Públicos colombiano. En el marco de dichas iniciativas y en una primera fase, se analizaron tres experiencias a saber: Radiolaboratorio, Exploremos y LABRIA por medio de una sistematización de experiencias que permitió identificar si estas iniciativas cumplían con criterios de Innovación Pública (DNP, 2020) e Innovación de Medios (Krumsvic, 2019). Con base en los resultados de este análisis se construyó un protocolo para la innovación pública en medios el cual fue implementado en la segunda fase, en 2022 y 2023, con la emisora de paz de RTVC de Mesetas Meta. Como resultado de este proceso, se desarrolló un ejercicio formativo con los líderes de esta emisora abordando temas relacionados con el protocolo de innovación pública, el reconocimiento territorial, la innovación en medios, las narrativas no lineales, la comunicación como producción de sentido y la co - creación.</p> <p>Para el 2024 se plantea un ejercicio en el cual, como resultado de los procesos desarrollados anteriormente, se generen propuestas pedagógicas y formativas encaminadas hacia la innovación pública y en medios para emisoras comunitarias, alternativas, educativas e indígenas que deseen incorporar estos principios en la búsqueda del fortalecimiento de la participación ciudadana y el tejido social de los territorios en los que dichas emisoras se circunscriben. Uno de los resultados esperados es la creación de un Diplomado en Innovación Pública en radio que le permita a estos líderes de comunicación de los territorios, incorporar elementos y características de la gestión pública, no sólo en la generación de los contenidos, si no el mismo relacionamiento con su comunidad en perspectiva del cambio social.</p> <p>Otro de los resultados propuestos es la construcción de un recurso pedagógico sobre innovación pública que puede ser compartido en las emisoras de paz que cuentan con mayores niveles de dificultad en acceso al territorio por temas relacionados con seguridad, distancia, vías de acceso entre otros. De este modo, se espera generar un aporte contundente a estas emisoras y a la consolidación de escenarios de participación ciudadana en el país a través de un abordaje "otro" de la innovación en la gestión pública.</p>			
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA			
<p>La problematización de esta tercera fase de la investigación se centra en la pregunta de cómo generar procesos formativos en torno a la innovación radiofónica en las emisoras de servicio público de RTVC que promuevan escenarios de participación ciudadana y fortalecimiento del tejido social en los territorios en los que se circunscriben. En este sentido, vale la pena reflexionar sobre los desafíos que se enfrentan para que los programas de formación sean pertinentes y relevantes en un entorno de constante evolución, donde la tecnología, los estilos de enseñanza y aprendizaje y las mismas preferencias de las audiencias y de los estudiantes se están transformando. Así mismo, es necesario considerar cómo garantizar la participación ciudadana en estos procesos de innovación y capacitación, teniendo en cuenta las diferencias socioculturales y comunicativas de las comunidades en los diversos territorios a nivel nacional.</p> <p>De otro lado, aunque la radio es una herramienta poderosa para la participación, es fundamental reflexionar sobre cómo la innovación pública en radio puede ser utilizada para involucrar a la ciudadanía de manera significativa en la toma de decisiones, la construcción colectiva de sus procesos de planeación territorial, entre otros. Esto requiere pensar en estrategias que vayan más allá de la mera difusión de contenido y se centren en la creación de espacios donde los ciudadanos se sientan motivados y capacitados para participar en la discusión y toma de decisiones en temas de interés público.</p>			



Cada territorio posee su propia identidad cultural y asume desafíos particulares, lo que conlleva a pensar en la necesidad de abordar la diversidad y heterogeneidad de los territorios en los que se circunscriben las emisoras de servicio público de RTVC, y cómo la innovación pública llevada a la radio puede contribuir al fortalecimiento del tejido social en cada uno de ellos. En resumen, la generación de procesos formativos exitosos en este contexto implica un análisis detallado de la interrelación entre la innovación radiofónica, la participación ciudadana y la diversidad territorial, lo que constituye un reto significativo para RTVC y otras instituciones interesadas en promover un impacto social positivo a través de la radio.

JUSTIFICACIÓN

Esta tercera etapa de investigación propone recoger los resultados de las dos anteriores fases y materializar una propuesta de procesos formativos centrados en la innovación radiofónica en las emisoras de servicio público de RTVC. Esta propuesta surge de la necesidad de promover la participación ciudadana y fortalecer el tejido social en los territorios en los que estas emisoras operan; así como de la importancia de fortalecer la comunicación como herramienta fundamental para el desarrollo de las comunidades y para la construcción de ciudadanía.

La radio, como medio de comunicación de gran alcance, tiene un gran potencial para involucrar a la población en la discusión de temas relevantes y fomentar la colaboración y la cohesión social. En este sentido, la innovación radiofónica es esencial para mantener la relevancia de las emisoras de servicio público y adaptarse a las necesidades cambiantes de la audiencia. El diseño de procesos formativos específicos permitirá a los profesionales de la radio desarrollar habilidades y estrategias que promuevan una comunicación más efectiva y participativa, contribuyendo así al empoderamiento de la ciudadanía y al fortalecimiento de los lazos sociales en los territorios.

De otro lado, esta tercera etapa es una oportunidad de replicar el protocolo de innovación en medios públicos, propuesto en los resultados de la primera fase para que sea implementado por las emisoras de interés público.

OBJETIVOS

Objetivo General: *Diseñar procesos formativos en torno a la innovación radiofónica en las emisoras de servicio público de RTVC que promuevan escenarios de participación ciudadana y fortalecimiento del tejido social en los territorios en los que se circunscriben*

Objetivos Específicos:

- *Valorar los elementos centrales de la experiencia de investigación con RTVC respecto de la innovación radiofónica en medios públicos para la construcción de los procesos formativos.*
- *Construir un recurso pedagógico sobre la innovación radiofónica en medios públicos dirigido a las Emisoras de Paz del territorio nacional.*
- *Construir un diplomado sobre innovación radiofónica en medios públicos dirigido a emisoras de servicio público de RTVC, comunitarias, alternativas, indígenas y universitarias.*

MARCOS DE REFERENCIA

Innovación pública

La innovación pública se refiere a la aplicación de enfoques novedosos y creativos para abordar los desafíos y las necesidades de la sociedad a través de la acción de sus instituciones. Implica la adopción de nuevas ideas, tecnologías y métodos de trabajo en la gestión y prestación de servicios públicos con el fin de mejorar la eficiencia, la transparencia y la calidad de la administración pública.



Hablar de innovación pública implica a las instituciones responder a retos públicos que se asumen con responsabilidad en su quehacer de cara a la búsqueda del bienestar colectivo, lo cual implica, además, unos procesos de interacción comunicativa particulares en los que se reconozcan las características de dicho bienestar.

Según Olivan & Piñero (2021) la innovación pública se ha ido posicionando como un tema de creciente relevancia para la democracia, ya que conlleva procesos de interacción y retroalimentación constante entre los funcionarios públicos y las distintas esferas que conforman a la ciudadanía (s.p). La innovación pública posee características particulares y se encuentra tipificada de múltiples maneras; según la Dirección de Innovación y Desarrollo Empresarial del DNP existen ocho principios de innovación pública:

- 1. Empática: Construye posibles soluciones a retos públicos, basados en las necesidades, oportunidades y perspectivas, ya que en un proceso de innovación es fundamental saber el contexto y las personas que están involucradas.*
- 2. Experimental: Reconoce la complejidad de los procesos en el sector público y que por medio de la experimentación se gana experiencia.*
- 3. Ágil: En este criterio se contempla la capacidad institucional u organizacional de adaptarse rápidamente a los cambios requeridos por el contexto. Incluso, contempla la capacidad de una innovación pública para modificarse ella misma en el proceso de desarrollo o ejecución.*
- 4. Constructiva: Fomenta el uso de aprendizajes como evidencia de un alto valor público, que consta de tomar decisiones, aprender y corregir para lograr buenos resultados.*
- 5. Tecnológica: Responde a la vinculación de tecnología en los procesos de innovación pública, desde el manejo de datos o sistematización de los mismos, hasta la integración en la iniciativa de instrumentos o herramientas de última tecnología que apalanquen la innovación.*
- 6. Colectiva: Hace referencia a la participación de diversos actores, oponentes y adversarios en las fases de la iniciativa, a través de objetivos e incentivos claros. Se busca la representatividad de los diversos actores, bien sea involucrando individuos reconocidos y representantes, o incluyendo mayor cantidad de voces de cada grupo de interés.*
- 7. Integral: Perspectiva holística de equipo de trabajo, la interdisciplinariedad, el enfoque variado y la transversalidad.*
- 8. Orientada al futuro: Anticipación, proactividad, pensamiento de futuro, prospectiva en las dinámicas del sistema, con miras a alcanzar la sostenibilidad tanto de la intervención como de los resultados de la iniciativa.*

De otro lado, para Martínez Damea (2013) la innovación pública es la adaptación de la administración pública producto de los cambios sociales y todo tipo de cambios que hagan que la relación entre ciudadano - administración cambie, los cuáles ocasionan que la administración pública tenga que desarrollar los mecanismos necesarios y óptimos para poder satisfacer las necesidades de los ciudadanos de una nueva manera (p.170).

En este sentido, la innovación pública se concibe como una herramienta de cambio para el avance de las instituciones públicas llamadas a ser más cercanas al ciudadano en su empeño por la materialización de la participación y la democracia en los territorios.

En cuanto a la innovación en medios públicos, la propuesta de García, Y, Martínez Banfi, H y Ruiz Herrera., D. (2023) considera los siguientes aspectos como relevantes para la generación de procesos innovadores en medios públicos: alineación de agendas, integración de las audiencias, definición del problema, identificación de riesgos, visión multidimensional, análisis benchmarking, proyección de solución, prototipo y evaluación. En este sentido, la innovación más que ser una política nacional o un mandato, es una oportunidad permanente de crear, proponer, generar transformaciones; en un contexto de alta variabilidad en las tendencias y enfoques y, particularmente, porque dichas tendencias y enfoques marcan rutas importantes para las acciones de las entidades públicas, para las cuales, innovar



se convierte en una capacidad para responder a las exigencias y dolores colectivos en la búsqueda de la democracia, García, Y, Martínez Banfi, H y Ruiz Herrera., D.2023.

Medios públicos

Los medios públicos en Colombia desempeñan un papel fundamental en la construcción de una sociedad democrática, la promoción de la diversidad y la difusión de contenidos educativos y culturales. Según RTVC (2022) Los medios de comunicación públicos son los que permiten que todos los ciudadanos tengan acceso a información relevante a través a los medios de comunicación del Estado, en los cuáles pueden encontrar contenidos de alta calidad sin importar su capacidad adquisitiva, así mismo los medios públicos son medios de comunicación sin intereses comerciales a los que se les entrega la responsabilidad de llegar a todo el país con el compromiso de la mayor calidad posible en sus contenidos, bien sean educativos, informativos o de entretenimiento.

Como lo señala Pérez (2019), los medios públicos son esenciales para el fortalecimiento de la democracia, ya que actúan como contrapeso a los intereses privados y garantizan la pluralidad informativa (p. 45). Estos medios se han convertido en un espacio crucial para la representación de grupos minoritarios y la difusión de contenidos educativos y culturales (Gómez, 2020).

Los medios públicos colombianos, como el Canal Institucional y Señal Colombia, han logrado expandir su alcance y diversificar su programación, promoviendo así la participación ciudadana y la construcción de una identidad nacional (Torres, 2017).

Como lo menciona Orozco (2012) los medios públicos son esenciales para garantizar una comunicación plural y representativa en democracias en desarrollo como la de Colombia (p. 85). Estos medios han sido fundamentales para la preservación y promoción de las culturas indígenas y afrocolombianas, así como para fomentar la educación y la participación ciudadana.

Según Uriel Sánchez, RTVC (2022) gerente del canal público regional Teleantioquia, los medios públicos están siempre en función de “la construcción de lo público”, es decir que tienen las herramientas de comunicación para favorecer a las audiencias alrededor de la construcción de lo que es de todos.

Comunicación – educación

Enunciar el campo de la comunicación – educación implica abordar un campo emergente que ha tenido sus principales hallazgos y desarrollos en el escenario latinoamericano. Desde los postulados de Paulo Freire sobre la educación popular en la década de los 70 y su postura crítica sobre la educación bancaria, hasta los abordajes actuales de una comunicación – educación en la cultura y comunicación – educación intersubjetiva, se han hecho avances significativos respecto de la reflexión en torno a la relación entre comunicación – educación.

Si bien existen variedad de postulados, todos ellos coinciden en una necesidad de apertura en la concepción tanto de la comunicación como de la educación, ya no limitando a la primera a la producción de medios, instrumentos o herramientas y tampoco reduciendo el proceso educativo a la escuela y su estructura formal. Es desde esta perspectiva que se comprende el campo de la comunicación – educación, es decir como un campo relacional que tiene incidencia en todas las esferas de la vida humana por el ejercicio que promueve como producción de sentido para encontrarnos todos en lo que nos hace profundamente “humanos” (Savater, 1997).

De este modo, comunicación – educación hace referencia a “procesos y prácticas que se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política. En este sentido, sería posible sostener que el objeto de este campo es la articulación entre formación de sujetos y producción de sentidos (Huergo, 1997, p. 13).



La comunicación-educación es un campo de estudio que se centra en la relación entre la comunicación y la educación, no como una articulación superficial de las características de cada campo, sino como un campo relacional en donde las categorías comunicación y educación mutan y se transforman en un encuentro enriquecedor en el que la comunicación supera un significado vinculado a los medios masivos y la educación deja de pensarse de manera limitada en el marco del proceso escolar. En este sentido,

Basta observar la vida cotidiana de los ciudadanos y comunidades comunes y corrientes para poder identificar la pluralidad de lugares en los que se pone en juego la tensión entre procesos de aprendizaje y formación y las prácticas y procesos de construcción, producción y creación de sentido; esos lugares los podemos entender como ámbitos de lo comunicativo-educativo en la cultura y la vida cotidiana (Muñoz, et.al, 2016, p. 12).

Esta amplitud de significados tanto de la comunicación como de la educación pone de manifiesto el lugar estratégico de la comunicación – educación en la configuración de la cultura y de todos los elementos que en ella confluyen, dado que es desde la esfera comunicativa desde donde se producen y transitan determinados discursos y significados y es la educación el proceso por el cual dichos significados se replican a través de la interacción social en multiplicidad de escenarios. En este orden de ideas, Comunicación-Educación en la Cultura hace referencia, entonces, a un territorio de múltiples escalas y dimensiones en el que conviven e interactúan conflictivamente saberes, prácticas y formas de construir socialidad, juegos de sentido colectivo, proyectos e intencionalidades que buscan generar modelos de vida humana buena y digna (Muñoz, et.al, 2016, p. 13)

Esta comprensión de la comunicación – educación facilita el análisis de diversos fenómenos sociales con base en el reconocimiento de los saberes y aprendizajes que dinamizan el espacio cultural y que, en últimas, tienen incidencia en las perspectivas de los sujetos respecto del entorno público, su relación con las instituciones del Estado, su percepción respecto de la participación y la misma configuración del concepto de ciudadanía.

METODOLOGÍA

La investigación cualitativa, especialmente cuando se enfoca en un ejercicio exploratorio, desempeña un papel fundamental en la generación de conocimiento profundo y en la comprensión de fenómenos complejos. Este enfoque no solo se basa en la recopilación de datos cuantitativos y estadísticas frías, sino que busca adentrarse en el corazón de los procesos y experiencias humanas, con el objetivo de arrojar luz sobre sus matices. Uno de los aspectos más destacados de la investigación cualitativa es su flexibilidad. A través de métodos como entrevistas en profundidad, grupos focales y análisis de contenido, es factible explorar territorios previamente desconocidos y descubrir patrones emergentes. Este enfoque permite a los investigadores sumergirse en la subjetividad de los participantes, lo que, a menudo, es esencial para entender las perspectivas, creencias y emociones que influyen en un fenómeno.

Cuando se trata de un ejercicio exploratorio, la investigación cualitativa brinda la oportunidad de indagar en áreas donde la información cuantitativa es limitada o inexistente. Además, a través de la inmersión en los datos, los investigadores pueden construir teorías basadas en la evidencia que explican mejor un fenómeno. Esto contribuye al desarrollo de marcos conceptuales más ricos y matizados.

Para esta fase de la investigación se plantea un ejercicio de investigación cualitativa que permita la construcción de ejercicios formativos respecto de la innovación pública en radio. En este orden de ideas, se opta por una investigación cualitativa de corte exploratorio a través de la cual se desarrollará un pilotaje de los recursos pedagógicos realizados para valorar sus resultados en los procesos de enseñanza y aprendizaje y sobre ello establecer rutas de mejora. Según Hernández Sampieri, "los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que



no ha sido abordado antes" (Hernández, 2018, p. 56). En este sentido, el proceso de este ejercicio exploratorio se enmarca en la formación de los líderes de las emisoras de paz en temas relacionados con innovación pública a través de una estructura de diplomado y el diseño de un recurso pedagógico con materiales diversos, el cual será valorado a través de grupos focales para conocer su incidencia en este grupo de personas.

CAPACIDADES DEL GRUPO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Yivany Andrea García Castañeda.

Comunicadora social para la paz con énfasis en comunicación organizacional. Especialista en Gerencia Empresarial, Magister en Administración. Con experiencia en el sector de la educación superior, en docencia, investigación y gestión académico-administrativa; consultoría en comunicación estratégica y desarrollo organizacional.

Diana Elizabeth Ruiz Herrera

Comunicadora social para la Paz de la Universidad Santo Tomás con énfasis en Comunicación - Educación. Especialista en Pedagogía de la Comunicación y Medios Interactivos de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Magister en Comunicación – Educación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Ha desarrollado procesos comunitarios, de investigación y educativos, teniendo como centro el papel de la comunicación en los procesos de enseñanza – aprendizaje y su incidencia sobre las sociedades y sus dinámicas.

Hermes Martínez Banfi

Comunicador estratégico con más de 10 años de experiencia en reputación, relacionamiento y medios de comunicación en organizaciones del sector público y ONG. Amplios conocimientos en el diseño de planes de comunicación, gestión de públicos, coordinación de eventos en Latinoamérica y España, creación de alianzas, ejecución de proyectos de innovación, cooperación, políticas públicas y diseño de actividades pedagógicas (talleres, seminarios y foros). Hábil para analizar los diferentes contextos, involucrar a los interesados y crear oportunidades de posicionamiento para las marcas y sus audiencias. Capacidad para encontrar soluciones, ser asertivo en los procesos y liderar equipos. Excelente relacionamiento con diferentes gremios, organizaciones nacionales, internacionales y gobierno

RESULTADOS ESPERADOS

TIPO DE PRODUCTO / TEMÁTICA (MINCIENCIAS)	CANAL DE PUBLICACIÓN OBJETIVO	CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO (MINCIENCIAS)
Producto de apropiación social de conocimiento	Un (1) Informe final de investigación.	IFI
Nuevo conocimiento	Un (1) Recurso pedagógico dirigido a las Emisoras de Paz de RTVC Un (1) Diplomado sobre innovación radiofónica en medios públicos dirigido a emisoras de servicio público de RTVC, comunitarias, alternativas, indígenas y universitarias.	Producto Top. Número de Productos resultados de la creación o investigación-creación vinculados al Grupo con calidad A
Nuevo conocimiento	Un artículo Q3 resultados de la investigación	B Revista ubicada en el cuartil 3 (Q3) del Journal Citation Reports (JCR), del Scimago Journal Rank (SJR) o del CiteScore de Scopus

IMPACTOS ESPERADOS

TIPO	DETALLE	BENEFICIARIOS
Generación de Conocimiento	3	Comunidad académica
Formación Investigativa		
Alianzas Estratégicas	1	RTVC
Impactos ambientales		
Desarrollo de las regiones	1	Emisoras de paz del territorio nacional (16)
Diversificación de fuentes de financiación para la investigación		
ACCIONES DE GENERACIÓN DE VALOR CON EL SECTOR EXTERNO		
<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación a los líderes de las diez y seis (16) Emisoras de Paz de la RTVC a nivel nacional. - Oferta de educación continuada a través de un (1) Diplomado en innovación radiofónica para medios públicos (Emisoras de servicio público de RTVC, comunitarias, alternativas, indígenas y universitarias). 		
REFERENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> - Dirección Nacional de Planeación (2021). Principios de la Innovación Pública en Colombia, DNP. Consultado en https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios_Innovaci%C3%B3n_P%C3%BAblica.pdf - Dirección Nacional de Planeación (2020). Documento de Análisis de Información: mapeo de iniciativas de Innovación Pública. Consultado en https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Analisis_Mapeo_Iniciativas_Innovacion_Publica.pdf - García, Y, Martínez Banfi, H y Ruiz Herrera., D. (2023). Innovación en la industria radiofónica: Experiencia RTVC. Tendencias del mercado: Perspectivas y realidades. Fundación Universitaria Compensar. - Gómez, L. (2020). Medios públicos en Colombia: un análisis desde la perspectiva comunicacional. Comunicación y Medios, (41), 98-112. - Huergo, J, ed. (1997) Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. - Pérez, A. (2019). Medios públicos y democracia en América Latina: Análisis de la prensa y la televisión pública en Colombia. Cuadernos.info, (45), 43-56. 		



- Martínez Damea, A. (2013). *Reseña "La necesaria innovación en la administración pública"* de A. Abril Abadín, M. Deza Pulido, J. Vicente García Manjón, M. Gutiérrez Díaz, J. A. Rodríguez Escobar y J. Rodríguez-Arana. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 12(3), 169-172. [fecha de Consulta 29 de Mayo de 2022]. ISSN: 1577-239X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38029548010>
- Muñoz, G, ed.(2016). *Comunicación – Educación en la Cultura para América Latina. Desafíos y Nuevas Comprensiones*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- RTVC. (2022). *Comunicación pública y privada en Colombia, definición, características y retos*. Disponible en <https://www.rtv.gov.co/noticia/comunicacion-privada-publica-colombia-definicion-caracteristicas-retos#:~:text=Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20p%C3%ABlicos,sin%20importar%20su%20capacidad%20adquisitiva>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- Oliván, R., & Piñero, A. (13 de agosto de 2021). *Conocimiento abierto*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/pautas-para-la-innovacion-publica/>
- Torres, M. (2017). *El papel de los medios públicos en la construcción de identidad nacional en Colombia*. *Revista de Investigaciones UNAD*, 16(1), 199-206.