

La estrategia de Educación a Distancia Aprendo en Casa

Elizabeth Albarracín ⁽¹⁾

Resumen: La estrategia es un término hoy en día, usado en muchos espacios organizacionales, según Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (2003). En el caso peruano la educación pública primaria y secundaria tuvo que salir en cuestión de un par de semanas del molde presencial a un modelo de educación a distancia que involucró varios medios: radio, televisión y plataforma web. Así, es como surge la estrategia educativa a distancia Aprendo en Casa como respuesta temporal ante la necesidad de garantizar el funcionamiento del servicio educativo en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19. Sin embargo, ante la prolongación de la pandemia y la imposibilidad de retornar en el corto plazo a la presencialidad en las instituciones educativas del país, se convierte en la estrategia principal para garantizar a los estudiantes peruanos la continuidad en el desarrollo de sus aprendizajes (MINEDU, 2021). Considerando las diversas y desiguales circunstancias en las que se desenvuelven familias, estudiantes, docentes y demás sectores que interactúan para el funcionamiento de la estrategia a distancia Aprendo en Casa, así como las diferencias sustantivas entre los medios virtuales, televisivos y radiales. Dada la alta diversidad y las desiguales condiciones, las experiencias propuestas y las expectativas depositadas en ellas se deben implementar de manera flexible, adecuándose al escenario que se configura en cada caso. Por lo comentado anteriormente, el objetivo de estudio es identificar los sentidos que se construyeron en la estrategia a distancia “Aprendo en Casa” dentro del diseño y sus canales de comunicación en las piezas de diseño y audiovisuales, como estos presentan gramáticas de reconocimiento de la diversidad cultural para los docentes y estudiantes de todo el Perú.

Palabras clave: estrategia - educación - comunicación - diseño

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 24-25]

⁽¹⁾ Diseñadora industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú. Correo: e.albarracin@pucp.pe

Introducción

La estrategia es un término hoy en día, usado en muchos espacios organizacionales, según Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (2003) nos dice que las estrategias deben provenir de un proceso controlado, consciente y separado en etapas; la responsabilidad por ese proceso descansa en el directivo superior y como resultado del mismo, las estrategias aparecen completamente acabadas, listas para ser aplicadas, lo cual también está presente en la “administración pública, y que suele ser un ejercicio etéreo cuyo único fin es obligar a los gestores a definir sus objetivos en ausencia de unos sistemas de gestión que lo hagan” (Osborne y Plastrik, 2003, p. 36).

Siguiendo con este pensamiento, dentro de la gestión pública peruana, específicamente dentro del Ministerio de Educación es un término normalizado diríamos dentro de ella, y que se utiliza en todos los proyectos que implementan lo acompañan con el término estrategia, que esta acompañado con un plan de trabajo que responde al presupuesto designado para cada estrategia.

En el caso peruano la educación pública primaria y secundaria tuvo que salir en cuestión de un par de semanas del molde presencial a un modelo de educación a distancia que involucró varios medios: radio, televisión y plataforma web.

La brecha digital de la sociedad peruana se amplió por la ausencia de recursos que la escuela proporcionaba a los estudiantes de forma indirecta en la jornada escolar presencial. Por su parte, la educación terciaria tuvo que esperar más tiempo para virtualizar los medios de conectividad y los contenidos; y, de otro lado, los catedráticos poder ganar, en el más breve plazo, competencias digitales que antes no requerían (García *et al.*, 2020).

Así es como surge la estrategia educativa a distancia Aprendo en Casa como respuesta temporal ante la necesidad de garantizar el funcionamiento del servicio educativo en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19. Sin embargo, ante la prolongación de la pandemia y la imposibilidad de retornar en el corto plazo a la presencialidad en las instituciones educativas del país, se convierte en la estrategia principal para garantizar a los estudiantes peruanos la continuidad en el desarrollo de sus aprendizajes (MINEDU, 2021a). Si bien la pandemia restringió espacios y tiempos de interacción, también permitió el surgimiento de nuevas formas de interacción con sus propios tiempos y espacios. La sincronía en un webinar o videollamada colectiva, la asincronía en un mensaje de texto por whatsapp, facebook, correo electrónico o las aulas virtuales. Los espacios de aprendizaje lo son ahora los hogares y, los medios físicos principales, el teléfono celular y el computador. En tal sentido, la semiósfera educativa configurada en este periodo de pandemia COVID-19 ha diversificado los signos de comunicación y pedagógicos. Uno de los ámbitos de la edusemiótica cuyo análisis ha tenido abordajes parciales es el de la evaluación de los aprendizajes. De esta forma, el logro de estándares, competencias y capacidades de aprendizaje se efectúan a través de los productos remitidos por los estudiantes (Lotman, 1996). Otro aspecto necesario para garantizar el aprovechamiento de los aprendizajes de la estrategia Aprendo en casa es que estas sean lo suficientemente comprensibles, considerando, además, que “algunos docentes reportan que los padres no acostumban a leerlas” (Minedu, 2020b, p. 13), por lo que el propio informe sobre la implementación de AeC sugiere que los recursos se brinden en formatos de audio y/o video. Ofrecer estos recursos permitiría

atender a la diversidad cultural de los estudiantes y beneficiaría a aquellos de lenguas originarias, que presentan los más bajos niveles de rendimiento escolar.

A su vez, las situaciones que atraviesan y los factores que inciden a favor o en contra en el involucramiento óptimo de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos que atiende la estrategia, especialmente preocupantes en el ámbito rural, donde estudian cerca de un millón y medio de alumnas y alumnos (Andrade y Guerrero, 2021).

Los canales de comunicación de la estrategia a distancia Aprendo en casa abarca desde la televisión a través de la señal de 74 canales y por la señal abierta del Canal de TV Perú (TV abierta, TV digital y cable), en la radio por medio de las ondas de Radio Nacional del Perú y más de 1232 radios, que difunden los contenidos de AeC en castellano, además de otras 61 radioemisoras que transmiten las sesiones de aprendizaje en 10 lenguas originarias, y por último la plataforma Web, mediante el portal www.aprendoencasa.pe.

Sumando a esto sus redes sociales como *facebook* del Ministerio de Educación, su cuenta de instagram *@mineduperu*, que no solo refuerza la importancia de mostrar todos los contenidos y su respectiva programación sino la relevancia comunicacional de los canales en donde se está mediando la misma. Las redes sociales utilizadas son el medio comunicacional del público al que se dirige, y pueden identificar las gramáticas de producción que usa en todo el diseño de la estrategia a distancia Aprendo en Casa y sus canales de comunicación que tiene como huellas otros activos culturales, dado que Aprendo en Casa es un programa de televisión peruano impuesto por el Ministerio de Educación y el medio de comunicación y aprendizaje es propio de una generación que ha adaptado su forma de aprender en tiempos de pandemia.

Considerando las diversas y desiguales circunstancias en las que se desenvuelven familias, estudiantes, docentes y demás sectores que interactúan para el funcionamiento de la estrategia a distancia Aprendo en Casa, así como las diferencias sustantivas entre los medios virtuales, televisivos y radiales. Dada la alta diversidad y las desiguales condiciones, las experiencias propuestas y las expectativas depositadas en ellas se deben implementar de manera flexible, adecuándose al escenario que se configura en cada caso.

Por lo comentado anteriormente, el objetivo de estudio es identificar los sentidos que se construyeron en la estrategia a distancia Aprendo en Casa dentro del diseño y sus canales de comunicación en las piezas de diseño y audiovisuales, como estos presentan gramáticas de reconocimiento de la diversidad cultural para los docentes y estudiantes de todo el Perú.

El marco teórico que sostiene este análisis está principalmente en la construcción de la red discursiva de Verón (1977), y el abordaje comunicacional del servicio bajo la visión de Massoni (2007) y Aguerre (2015).

Desarrollo

Para identificar los sentidos que se construyeron en la estrategia a distancia Aprendo en Casa dentro del diseño y sus canales de comunicación en las piezas de diseño y audiovi-

suales, como estos presentan gramáticas de reconocimiento de la diversidad cultural para los docentes y estudiantes de todo el Perú.

Es importante conocer como es el ecosistema del aprendizaje, distintos actores, elementos, recursos, escenarios interactúan y se articulan para el desarrollo de los aprendizajes de los estudiantes y para atender las demandas educativas de la comunidad. (MINEDU, 2021a, p. 15). En el siguiente gráfico realizado por el Ministerio de Educación se muestra el conjunto de estos actores, elementos, recursos y escenarios que forman parte del ecosistema del aprendizaje (Figura 1).

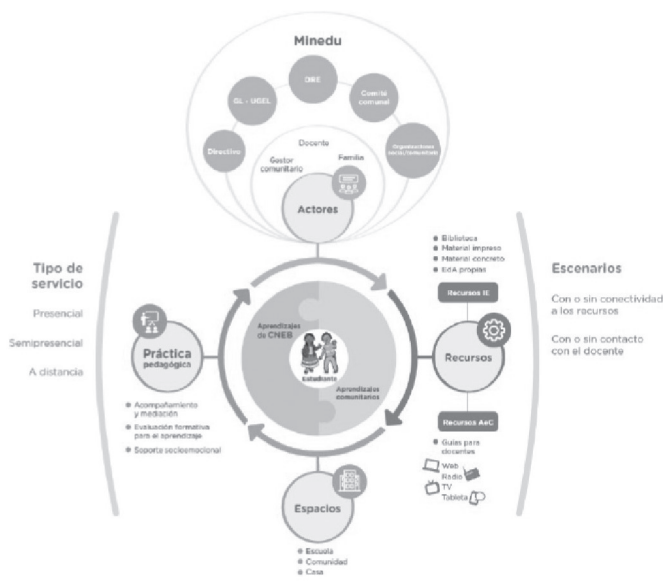


Figura 1.
“Ecosistema del Aprendizaje”
(MINEDU, 2021).

La educación genera retos que exigen la mejora en la calidad, la constante actualización en cuanto a métodos, herramientas y perspectivas. Con una población estudiantil predominante de alumnos que han nacido y crecido rodeados de tecnología según sea el caso, se espera sean los docentes quienes se adapten, desarrollen y apliquen estrategias, herramientas para relacionar al estudiante y su entorno real (UNESCO-OREALC, 2011).

Frente a esta situación, el Ministerio de Educación del Perú implementó algunas medidas con enfoque tecnológico, como el Plan Huascarán (2002), Una Laptop por Niño (2006); programas que introducían dispositivos en las escuelas, sin plantear estrategias para su uso y aprovechamiento (Balarín, 2012).

A medida que la Covid - 19 se propagaba, los gobiernos decretaban restricciones de circulación, servicios y distanciamiento físico. Para afrontar estos desafíos surge una alternativa: La educación a distancia; modalidad que está calando como opción flexible y factible para ofrecer mayor acceso a una educación de calidad y en la que predomina el uso tecnológico (Domínguez y Rama, 2013). A pesar de los esfuerzos realizados con la implementación de la estrategia “Aprendo en casa”, existe una importante brecha que podría afectar su éxito (Alarcon, 2020).

El poco uso de tecnología e infraestructura en algunas zonas del país, esto sumado a la adopción de las Tecnologías de información y comunicación o TIC lo hacen más retador. El reconocimiento tanto social a nivel de masas validó la estrategia que fue recibida con elogios al inicio en la publicación en los medios variados del país (Figura 2), por la respuesta rápida que dio la estrategia a distancia Aprendo en Casa en momentos de incertidumbre, pero la propuesta no fue sostenible en el tiempo en cuanto a la apropiación y el uso de la propuesta por los usuarios, dando espacio a la hipótesis siguiente: La estrategia de Educación a Distancia Aprendo en Casa creada dentro del Ministerio de Educación del Perú dentro del diseño y sus canales de comunicación que utiliza una interpretación errónea de la diversidad cultural del territorio.

Según Verón (1977), como se incluye al otro cual es la ideología, los sentidos que se juegan, la condición social y la inclusión de los grupos sociales, como incluyen al otro es más que suficiente para entrever el discurso, como piensan al otro inclusivo desde la estrategia. Acerca del alcance, medios y canales de comunicación por los que se implementa Aprendo en Casa. Desde el 6 de abril del 2020, fecha de estreno de la estrategia Aprendo en Casa, se ha llegado al 95,3% de familias con niñas, niños y adolescentes en edad escolar, de las cuales 65% dice encontrarse satisfecha con la estrategia.



Figura 2
“Noticia sobre
Aprendo en Casa
logro más rating”
(Diario La República,
7/4/2020).

El concepto del término estrategia, el sentido que se le da al concepto de la estrategia dentro de Aprender en casa es errada, ya que si partimos que este concepto es entendido como una operación que intenta remediar u optimizar la configuración social donde el papel de los operadores es enfatizado, ya que son los intérpretes que deben conocer, entender y respetar las percepciones ajenas, con la intención de mediar y reparar las relaciones disruptivas (Aguerre, 2015).

Probablemente, la estrategia a distancia Aprender en Casa ha logrado sus objetivos en el momento inicial de la pandemia, que fue que los estudiantes continúen con sus clases desde casa, si entendemos la estrategia como un costo de beneficio, y sobre todo que sea sostenible en el tiempo, ahora si pensamos desde la estrategia desde una acción de comprensión de una dinámica sociocultural, pues este proyecto no dio los resultados como los hechos lo evidencian, y por tal razón es una estrategia que no continúa en la actualidad.

La inclusión de la estrategia a distancia Aprender en Casa dentro de la estrategia de cierre de brecha digital está enfocada en la infraestructura, tableta y no de la alfabetización digital, aparte los temas de conexión. Sumado a esto la experiencia de aprendizaje en los tres medios, no tienen una alineación entre sí, tratan conceptualmente el enfoque tecnológico y no están reparando en lo transmedia, los comunicadores y los funcionarios que llevan adelante políticas públicas no usando una forma correcta de sensibilizar, si vas a trabajar con medios analógicos y digitales ahí las narrativas transmedias en relación a la brecha digital es la estrategia, desde una acción de comprensión de una dinámica sociocultural, en los términos que nosotros entendemos es la más conveniente cada espacio cada medio utiliza su historia, su narrativa propia y no hay hilo conductor que los una, no hay un universo narrativo tampoco.

Esta estrategia de comunicación, mediaba el discurso de la tecnología o el dispositivo primero con su verdadero usuario, los estudiantes y docentes que son los beneficiarios de la estrategia.

En términos de Saussure (1945) la palabra “Aprender en Casa” está construida por dos significantes y una preposición que son ‘Aprender’ escrita en el idioma español significa: “enseñanza” adquirida por el conocimiento de una cosa por medio del estudio o de la experiencia. La preposición “en” significa: Indica el lugar donde está algo; especialmente si está en el interior de algo. Y por último, la palabra en “Casa” escrita en el idioma español es un término que se usa y se suele asociar a espacio donde se vive o denominado “hogar” y significa: Construcción cubierta destinada a ser habitada. Según Pierce (1974) podemos dar una definición de “Aprender en Casa”, es la forma de enseñanza a distancia realizada desde casa es un tipo particular de teletrabajo. De este modo, el profesorado, al igual que su alumnado, también debe adquirir la capacidad y rutinas diarias o semanales para la autorregulación del tiempo de dedicación diario a las tareas docentes.

Asimismo, y en más capas interpretativas que son importantes de mencionar para el análisis, como la diversidad cultural mostrando collage de imágenes dentro del video introductorio de cada programa producido, que está enfocada a las 3 regiones costa, sierra y selva del Perú.

Las familias acceden al contenido de “Aprender en Casa” mayoritariamente por la TV (71%), seguido por WhatsApp (43,5%), la Web (24,2%), y Radio (15,1%). Para el análisis general de las piezas de diseño y audiovisuales, se hará un reagrupamiento bajo una matriz

de análisis según las gramáticas de reconocimiento utilizadas y los abordajes discursivos que serán analizados bajo la estructura discursiva de Verón (1977), adicionalmente y dado que la estrategia del servicio educativo a distancia “Aprendo en Casa” tiene en sí mismo una estrategia de comunicación, se analizará en términos de Massoni (2007) el objetivo comunicacional de cada una de las piezas de diseño y audiovisuales y el propósito que busca accionar en el estudiante, docente y familia.

Conclusión

Desde su implementación la estrategia a distancia “Aprendo en Casa”, tiene la necesidad de vincular desde la apropiación, la sensibilización y la participación continua de los diferentes actores que logran aunar en profundidad un modo de ver la diversidad cultural del país.

Los programas de radio y televisión de la estrategia “Aprendo en casa” necesitan una alineación para estar en un solo ecosistema de aprendizaje, y entendemos que al inicio no haya sido así, por la premura de lo significó comenzar en su momento, la visión combinada de educadores y comunicadores en su planificación, ejecución y control final para los productos o servicios resultantes, algo que reclaman expertos comunicadores de un lado; y directores y profesores, desde su esquina; y así no se logra todavía una sinergia del trabajo conjunto de ambos profesionales que podría encallar en una redondez más plena de productos más elaborados y eficientes en beneficio de esta experiencia educativa de emergencia.

Los productos de radio y TV dispuestos por la estrategia acusan disparidad. A nivel temporal, los primeros acusan limitaciones, entendibles por la irrupción de la emergencia, como se anota en punto anterior, en producción y entrega final; y los siguientes mejoran. En cuanto a unidad desde lo académico - comunicacional, faltan líneas articuladoras comunes de producción para que toda la entrega al interior de cada nivel sea unificada o se llegue a un consenso.

Para ello podría utilizar prácticas sociales como el uso de redes sociales y léxico presentes en la comunicación digital como el diseño participativo y en esa colaboración se encuentra también la diversidad cultural. Los discursos sociales involucrados dentro de la estrategia a distancia Aprendo en Casa y tipificados previamente son: 1) Identificación del uso del Término de Estrategia a distancia del servicio educativo a distancia “Aprendo en Casa” 2) Enfoque en la infraestructura antes que la persona, 3) la diversidad cultural, y por último, 4) la tableta resignificación del concepto relacionado con Aprendo en Casa que irá generando una semiosis infinita por el contexto cambiante en el que vivimos, la tecnología esta tomando mayor relevancia, que el humano y el aumento de nuevos valores involucrados en su definición.

Referencias bibliográficas

- Alarcón Llontop, L. (2020). “La radio y televisión de Aprendo en Casa”. CONCERTV. Disponible en: <https://www.concertv.gob.pe/wp-content/uploads/2021/03/Estudio-Cualitativo-Aprendo-en-casa-2020.pdf>
- Andrade Pacora, A. y Guerrero Ortiz L. (2021). “Aprendo en Casa: balance y recomendaciones”. Disponible en: <http://www.grade.org.pe/creer/archivos/Aprendo-en-casa-versi%C3%B3n-22-09-PDF-impresi%C3%B3n.pdf>
- Balarín, M. (2012). *Programa TIC y educación básica, políticas TIC en los sistemas educativos de América Latina: Caso Perú*. Buenos Aires: UNICEF.
- Domínguez, J. y Rama, C. (2013). *La Educación a distancia en el Perú*. Chimbote: ULADE-CH Católica.
- Sotelo, A. (2008). “La relación planificación-presupuesto en el marco de la gestión orientada a resultados”. *Revista del CLAD Reforma y Democracia* N°40.
- Osborne y Plastrik (2003). *Herramientas para transformar el gobierno*. Barcelona, España. Ed, Paidós.
- Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Bs. As., Argentina. Ed. Homosapiens.
- Minedu, Ministerio de Educación (2020a). Oficina de Seguimiento y Evaluación Educativa (OSEE). Evaluación a la implementación de AeC. Educación Primaria. Presentación en Power Point
- Minedu, Ministerio de Educación (2021b) Resolución Ministerial N° 211 2021. Pag. 15.
- Mintzberg, H.; Ahlstrand, B.; Lampel, J. (2003). *Safari a la estrategia: ‘una visita guiada por la jungla del management estratégico*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Granica.
- UNESCO-OREALC. (2011). *Educación de calidad en la era digital. Una oportunidad de cooperación para UNESCO en América Latina y el Caribe*. Buenos Aires, Argentina. UNESCO.
- Verón, E. (1977). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires, Argentina. Gedisa Editorial.

Abstract: Strategy is a term today, used in many organizational spaces, according to Mintzberg, Ahlstrand and Lampel (2003). In the Peruvian case, primary and secondary public education had to leave the face-to-face mold in a matter of a couple of weeks to a distance education model that involved several media: radio, television and web platform. This is how the distance educational strategy Aprendo en Casa emerged as a temporary response to the need to guarantee the functioning of the educational service within the framework of the COVID-19 health emergency. However, given the prolongation of the pandemic and the impossibility of returning in-person in the country’s educational institutions in the short term, it becomes the main strategy to guarantee Peruvian students continuity in the development of their learning (MINEDU, 2021). Considering the diverse and unequal circumstances in which families, students, teachers and other sectors that interact for the

operation of the distance strategy I Learn at Home operate, as well as the substantive differences between virtual, television and radio media. Given the high diversity and unequal conditions, the proposed experiences and the expectations placed on them must be implemented flexibly, adapting to the scenario that is configured in each case.

As mentioned above, the objective of the study is to identify the meanings that were built in the distance strategy “I learn at Home” within the design and its communication channels in the design and audiovisual pieces, how these present grammars of recognition of the cultural diversity for teachers and students from all over Peru.

Keywords: strategy - education - communication - design

Resumo: Estratégia é um termo hoje utilizado em diversos espaços organizacionais, segundo Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2003). No caso peruano, a educação pública primária e secundária teve que sair do modelo presencial em questão de algumas semanas para um modelo de educação a distância que envolvia vários meios de comunicação: rádio, televisão e plataforma web. Foi assim que surgiu a estratégia educativa a distância Aprendo em Casa, como resposta temporária à necessidade de garantir o funcionamento do serviço educativo no âmbito da emergência sanitária da COVID-19. Porém, dado o prolongamento da pandemia e a impossibilidade de retorno presencial nas instituições de ensino do país no curto prazo, torna-se a principal estratégia para garantir aos estudantes peruanos a continuidade no desenvolvimento de sua aprendizagem (MINEDU, 2021). Considerando as circunstâncias diversas e desiguais em que operam famílias, alunos, professores e demais setores que interagem para o funcionamento da estratégia a distância Aprendo em Casa, bem como as diferenças substantivas entre meios virtuais, televisivos e radiofônicos. Dada a elevada diversidade e as condições desiguais, as experiências propostas e as expectativas nelas depositadas devem ser implementadas de forma flexível, adaptando-se ao cenário que se configura em cada caso. Como mencionado acima o objetivo do estudo é identificar os significados que foram construídos na estratégia a distância Aprendo em Casa dentro do design e seus canais de comunicação nas peças de design e audiovisuais como estas apresentam gramáticas de reconhecimento da diversidade cultural para professores e estudantes em todo o Peru.

Palavras-chave: estratégia - educação - comunicação - projeto

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
