



ESTRATEGIA MULTICANAL: El rol de la radio y la televisión

Grupo de Trabajo sobre Tecnología e Innovación en la Educación

© 2020, Diálogo Interamericano.

Primera Edición.

Diálogo Interamericano

1155 15th St. NW, Suite 800 Washington, DC 20005

Tel: + 1 202-822-9002 / Fax: 202-822-9553

Correo electrónico: education@thedialogue.org

Imagen de Portada: Nenad Stojković, Flickr, <https://bit.ly/34cfLfb> (CC BY 2.0)

Imagen de Contraportada: Dejan Krsmanovic, Flickr, <https://bit.ly/2Tgxcpa> (CC BY 2.0)

Diagramación: Daniela Sáez / Diálogo Interamericano

Este informe es un producto del Programa de Educación del Diálogo Interamericano. Las opiniones y recomendaciones en él contenidas son de los autores y no reflejan necesariamente las opiniones de los directores, el personal o los miembros del Diálogo Interamericano ni de sus socios, donantes, y/u otras instituciones de apoyo. Este documento no ha sido sometido a revisión editorial. El Diálogo Interamericano es una institución imparcial, comprometida con la independencia intelectual, transparencia y responsabilidad. Ocasionalmente invitamos a nuestros donantes a participar de nuestras actividades, pero el trabajo del Diálogo Interamericano no está influenciado de ninguna forma por sus donantes. Nuestros donantes no tienen ningún control sobre lo escrito, la metodología, el análisis, o los resultados de las labores de investigación del Diálogo.

INTRODUCCIÓN

Durante la pandemia del virus Covid-19, más de 154 millones de estudiantes tuvieron que acostumbrarse a aprender de manera remota en América Latina y el Caribe. Aunque en *ciertos países* muchos estudiantes han podido volver a los centros educativos, la mayoría todavía se enfrenta a los retos asociados con la educación a distancia. La crisis nos ha otorgado una oportunidad para repensar el rol de la tecnología en la educación. Debido a las condiciones creadas por la pandemia, los gobiernos de la región se vieron forzados a expandir o reutilizar tecnologías de primera generación como la TV y la radio que se utilizaban limitadamente en el ambiente escolar, al igual que acelerar el uso de plataformas en línea y tecnología computacional a gran escala. Con el nivel de conectividad actual, una estrategia que dependa solamente de alta conexión a internet no es suficiente para mantener el vínculo entre los estudiantes y sus sistemas educativos.

El Grupo de Trabajo en Tecnología e Innovación en la Educación tiene la misión de contribuir a formar un ecosistema de innovación educativa en el cual actores de los sectores públicos y privados colaboren efectivamente para generar y llevar a escala la aplicación y uso de nuevas tecnologías educativas para mejorar los aprendizajes. Debido a la pandemia, el uso de tecnología a gran escala se ha expandido en la región de una manera nunca antes vista. El Grupo de Trabajo identificó el uso de medios combinados como la estrategia de educación *más prevalente* durante la pandemia y se reunió el 16 de septiembre del 2020 para discutir cómo dar uso e incorporar tecnologías de primera

generación con plataformas en línea para responder a las necesidades educativas durante la crisis del Covid-19 y a futuro.

El uso de canales de primera generación, como la radio y la televisión, aborda el obstáculo que enfrentan muchos países al no contar con suficiente cobertura de los servicios de internet en el contexto inmediato. Mientras se amplía el acceso a la conectividad, estos canales también ofrecen un plan de contingencia con varias opciones para un futuro donde la educación remota jugará un papel inevitable. El uso de métodos combinados logra alcanzar a un número mayor de estudiantes que una estrategia digital en línea. En la reunión se demostró que, más allá de su uso inmediato durante la emergencia, las tecnologías de primera generación pueden tener un uso a largo plazo dentro de una estrategia multicanal. De hecho, la radio y la televisión ya han sido utilizadas exitosamente para la enseñanza en las últimas décadas (ver *Anexos A y B*) y las lecciones aprendidas de dichas experiencias sirven para identificar problemas que deben ser resueltos.

No obstante, la incorporación de una estrategia multicanal no significa que los esfuerzos para conectar a internet a los hogares y centros educativos de la región pueden ser dejados de lado. Es imprescindible que, al mismo tiempo que se adopta una combinación de métodos multicanal, la región continúe expandiendo la conectividad con el objetivo de universalizarla.



EL USO DE CANALES DE PRIMERA GENERACIÓN, COMO LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, ABORDA EL OBSTÁCULO QUE ENFRENTAN MUCHOS PAÍSES AL NO CONTAR CON SUFICIENTE COBERTURA DE LOS SERVICIOS DE INTERNET EN EL CONTEXTO INMEDIATO.

LOS RETOS DE UNA ESTRATEGIA MULTICANAL

Durante la pandemia, las estrategias multicanal se han articulado dentro de un contexto de crisis y de respuesta rápida a brechas de conectividad, entre otros desafíos. En este contexto, varios *proveedores o productoras privadas* han ofrecido sus servicios a los ministerios de la región a costos reducidos, y la mayoría de los gobiernos contaron con el apoyo financiero de fondos de emergencia bilaterales y multilaterales. Sin embargo, en base a los éxitos históricos de los canales de primera generación, invertir en una estrategia de tecnología educativa multicanal a largo plazo no solamente ayudaría a ampliar el acceso y equidad durante la crisis, sino que enriquecería la educación para todos. Es decir, más allá de las emergencias y de las poblaciones que no tendrán acceso a internet o a los dispositivos necesarios en un futuro inmediato, la radio (o el audio, incluso en podcasts) y la TV (o el video, ya sea analógico o en streaming) tienen valor para el conjunto de la población estudiantil. Diversificar los medios educativos fortalece el acompañamiento educativo, ya que puede acomodar los diferentes estilos individuales de aprendizaje y así mejorar el rendimiento escolar de todos.

Invertir en una estrategia de tecnología educativa multicanal a largo plazo no solamente ayudaría a ampliar el acceso y equidad durante la crisis, sino que enriquecería la educación para todos.

Para dar un uso efectivo a las tecnologías de primera generación, es necesario resolver los retos que definen la potencialidad de las estrategias multicanal: (1) la audiencia y los tipos de canales accesibles para cada grupo, (2) el enfoque pedagógico o de contenido, (3) las alianzas con actores clave del sector público y privado, así como modelos de financiamiento, (4) la evaluación del uso y cobertura de los canales, y los aprendizajes resultantes y (5) el rol de los docentes.

En primer lugar, hay que definir el uso y la audiencia para los varios canales. Durante la pandemia, los países han dado un uso generalmente complementario a la televisión y la radio, acompañando a la programación base en línea ya desarrollada. En muchos casos, como el de Perú o México, la programación en radio se ha enfocado en comunidades rurales e indígenas con contenidos relevantes a estos grupos. Con menor frecuencia, los países han dado un uso integral a las tecnologías de primera generación. En el caso paradigmático de *Telesecundaria en México*, todos los estudiantes (conectados o no conectados) acceden al contenido curricular base a través de los mismos videos de clases pregrabadas, ya sea en transmisión de TV o en línea, por streaming. En otros países, como Colombia, se han desarrollado dos estrategias paralelas para grupos con acceso y sin acceso a internet, y se han usado tecnologías como la radio y TV solamente para llegar a los grupos no conectados. La mayoría de los países desarrollaron material por grupo etario, aunque muchos identificaron que los estudiantes no consumían solamente el contenido desarrollado por su grupo etario, sino también el de grupos mayores o menores al suyo.

A partir del uso de cada canal, se debe definir el enfoque pedagógico, o el propósito del contenido distribuido por distintos canales. Por ejemplo, en la región existe variedad en el nivel de alineación curricular de la programación. En varios países, como Uruguay o Ecuador, la crisis ha facilitado la flexibilización del currículo, y se ha logrado el uso de TV y radio para contenido no-tradicional, no curricular, o relevante a la situación de la pandemia. En otros países, estas tecnologías se han utilizado más exclusivamente para transmitir clases pregrabadas. Al definir el enfoque pedagógico en radio y televisión, otro reto ha sido mantener el componente interactivo en estos medios generalmente más pasivos. Durante la pandemia, se han desarrollado un número de iniciativas para fomentar la interactividad de estos medios, las cuales podrían informar el futuro de las estrategias multicanal. Por ejemplo, algunos programas han utilizado aplicaciones con bots de voz o grupos de WhatsApp para invitar a los estudiantes a responder a programación radial.

En tercer lugar, la articulación de modelos de financiamiento que puedan apoyar la creación y transmisión de contenido en los varios canales ha sido crítica, y presenta un reto para todos los gobiernos de la región, especialmente mirando hacia el futuro. La creación, y sobre todo la producción, de programación en TV es costosa y muchos países han tenido que contar con alianzas con el sector privado para poder mantener la oferta de programación a gran escala. Incluso en países donde el material ha sido creado dentro de alianzas públicas, como es el caso de Plan Ceibal y la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP) en Uruguay, se han contratado productoras privadas para mantener la oferta de programación, en muchos casos diaria. Otros países han optado por usar repositorios y contenido desarrollados en colaboración con proveedores privados. En muchos casos existen redes estatales extensas de canales televisivos o emisoras radiales que facilitan la transmisión de la programación. Sin embargo, a fin de ampliar la cobertura de la programación, en muchos países han sido necesarias las alianzas con canales o emisoras regionales (como en el caso de México) y privadas.

Asegurar el financiamiento para mantener estas alianzas a largo plazo y a gran escala supone un reto significativo. Durante la pandemia, la mayoría de las alianzas han sido de bajo costo, con muchos proveedores ofreciendo su contenido de manera gratuita a los gobiernos de la región. En Ecuador, por ejemplo, donde la normativa del país requiere la transmisión diaria de un mínimo de una hora de programación educativa en todas las emisoras y canales de TV, se han comenzado a identificar fondos multilaterales como opción viable para poder continuar estas iniciativas en el próximo año.

En cuarto lugar, es necesario definir una estrategia de evaluación para medir el impacto y el nivel de uso de los varios canales en una estrategia multicanal. Por un lado, es difícil relevar datos demográficos sobre la penetración de los canales. Mientras que algunos países colaboran con emisoras y compañías privadas para levantar esos datos, otros miden el uso en base al nivel de interacción con la versión digitalizada de la programación. La medición de aprendizajes es menos orgánica que en el caso de plataformas en línea. Sin embargo, en varios casos, como el de Ecuador, se ha conseguido monitorear los aprendizajes de los estudiantes a través de ficheros de ejercicios impresos o libros de actividades alineados a la programación en TV o radio que se entregan al final del año para ser evaluados.

Finalmente, otro reto será definir el rol docente dentro de una estrategia multicanal. Durante la pandemia, los docentes han experimentado una expansión y transformación completa de su rol pedagógico. En una estrategia multicanal, los docentes ocupan una gran variedad de funciones: desde presentadores de programas televisivos o radiales, diseñadores de contenido para radio y TV, hasta mentores e instructores para las familias y los estudiantes. A largo plazo, el involucramiento de los docentes en el uso de varios medios en su práctica pedagógica (ya sea de manera presencial o remota) va a demandar cambios en las estrategias de capacitación y apoyo.

DURANTE LA PANDEMIA, LA MAYORÍA DE LAS ALIANZAS FORMADAS HAN SIDO DE BAJO COSTO, CON MUCHOS PROVEEDORES OFRECIENDO SU CONTENIDO DE MANERA GRATUITA A LOS GOBIERNOS DE LA REGIÓN. ASEGURAR EL FINANCIAMIENTO NECESARIO A LARGO PLAZO SUPONE UN RETO SIGNIFICATIVO.



EXPERIENCIAS E INICIATIVAS DE MAYOR POTENCIALIDAD EN LA REGIÓN

Los países y actores claves en la región han colaborado en una gran variedad de iniciativas para abordar los retos de una estrategia multicanal durante la pandemia. Algunos de estos esfuerzos pueden informar las áreas de mayor potencialidad para sostener una estrategia a largo plazo. Un enfoque pedagógico transmedia (es decir, el uso de varios medios como el audio o el video en todos los canales, ya sea en línea, radio o TV), con un uso integral de la programación en radio y TV, puede apoyar el desarrollo de un ecosistema educativo más inclusivo y ayudar a cerrar las brechas de aprendizaje generadas por la crisis de la pandemia. Un modelo sostenible de financiamiento para apoyar alianzas público-privadas será esencial para mantener la producción y distribución de programación multicanal en respuesta a las necesidades de todos los estudiantes. Finalmente, una estrategia de evaluación que sitúe al docente al centro de la relevación de datos y análisis de impacto va a ayudar a justificar la necesidad de integrar varios medios en el ecosistema de tecnología educativa a largo plazo.

Audiencia, uso de canales y enfoque pedagógico

Durante la pandemia, la televisión y radio se han repositionado como medios valiosos de formación social y educativa en muchos países de la región. Una integración efectiva de las tecnologías de primera generación en un ecosistema educativo cada vez más digitalizado depende de la existencia de un enfoque pedagógico relevante y coherente. Aunque uno de los objetivos del uso de TV y radio sea ampliar la cobertura en contextos sin acceso a conectividad, el enfoque del contenido en estos canales debe estar articulado dentro de una estrategia educativa para todos los estudiantes. Para lograr un uso integral de canales de primera generación a largo plazo, se debe (a) desarrollar una narrativa transmedia en base a las tendencias culturales de los estudiantes, sin dar un uso anticuado a los canales; (b) buscar un compromiso entre edutainment (programación de contenido educativo con una perspectiva lúdica y de juego) y demandas curriculares

y; (c) articular una estrategia coherente que incluya el uso de contenido en radio y televisión como recursos transmedia (audios o videos, en TV, radio o en streaming) a largo plazo.

En primer lugar, el uso de varios medios y canales debe enfocarse a través de una narrativa transmedia (es decir, el uso combinado de audio, video y texto para contar historias y para distribuir contenido educativo, sin importar el canal) para todos los estudiantes, con contenidos y formatos atractivos. La articulación de un formato y una narrativa de contenido interesante y motivador es más importante que la elección del canal. Es decir, sea cual sea el dispositivo accesible o el nivel de conectividad, el contenido educativo debe tener una estructura y un formato coherente que capte la atención de los estudiantes. En este marco, la integración de canales de primera generación debe tener como objetivo no solamente ampliar el acceso de algunos estudiantes, sino diversificar y mejorar los formatos en los que se presenta todo el contenido educativo. Incluso en contextos de alta conectividad, el audio y los videos (ya sean en streaming o por canales analógicos) pueden tener un impacto altamente positivo sobre los aprendizajes si se articulan en una narrativa transmedia coherente. Para potenciar una estrategia multicanal a largo plazo, es necesario valorar positivamente un enfoque educativo transmedia para todos, donde la programación en radio y TV sirva también para crear un repositorio de contenido en audio y video.

Además, para diseñar un contenido multimedia atractivo es esencial conocer tanto el canal como la audiencia y entender las tendencias culturales de los estudiantes en cada grupo etario. En la actualidad, la mayoría de los estudiantes son consumidores (y creadores) multimedia, con grandes niveles de consumo de contenido, educativo o no, en audio o video. Estas tendencias pueden justificar e informar el uso de los varios canales, y el enfoque del contenido multimedia.

En segundo lugar, para poder articular una estrategia multicanal relevante, debe existir un compromiso entre las

demandas curriculares y pedagógicas y el edutainment. La flexibilización curricular es esencial para poder vincular a los varios medios en una estrategia multicanal innovadora, sin ofrecer contenido aislado. Generalmente, países como Costa Rica o Colombia han desarrollado contenido en canales de primera generación partiendo de las demandas curriculares flexibilizadas, para después involucrar a expertos de producción en cada medio, ya sean productoras privadas o proveedores de contenido. Por otro lado, en Ecuador la programación televisiva durante la pandemia empezó con un foco de apoyo socioemocional y de direcciones de higiene y salud, y evolucionó hacia programación mediada y alineada a las bases curriculares. Si bien la flexibilidad curricular y el componente de edutainment ha sido muy importante (especialmente durante la pandemia), también debe existir un nivel mínimo de mediación pedagógica del contenido, así como apoyo y capacitación docente, para dar un uso integral a los varios canales y crear una narrativa coherente. En un futuro, incluso si la estructura y el formato de la programación varían y se adaptan a cada canal, los objetivos educativos deben ser los mismos para todos.

Uno de los retos que se presenta en el enfoque pedagógico de una estrategia multicanal es el componente de interactividad, especialmente en canales tradicionalmente más pasivos como la radio y televisión. La interactividad en radio ofrece un salto cualitativo al programa y ayuda a capturar el interés de la audiencia. Education Development Center (EDC) tiene experiencia en el ámbito de radio interactiva, con un programa de radio para aprender inglés, de alcance regional (English for Latin America [ELA]), así como programas más específicos a nivel nacional (ej. Econautas en Costa Rica). El contenido de estos programas sigue un formato de conversación, en los que la audiencia responde e interactúa con el audio. Además, los programas incluyen música, baile y elementos dinámicos que ayudan a mantener la atención de la audiencia (ya sean los estudiantes, sus docentes o sus familias). No importa si es un canal digital o analógico, un formato interactivo es esencial para reforzar los objetivos y el enfoque pedagógico del contenido. Evidentemente, desarrollar programas de radio interactivos efectivos requiere más tiempo y la contribución de expertos, pero a la vez son muy económicos, de gran alcance y han tenido un impacto demostrable sobre los aprendizajes (ver *Anexo A*).

Por último, el contenido producido en televisión y radio debe formar parte de una estrategia de acompañamiento docente y recuperación de aprendizajes a mediano y a largo plazo. En primer lugar, se deben facilitar estructuras de apoyo

para los docentes, estudiantes y familias en el uso de los recursos transmedia dentro de las directrices curriculares. En segundo lugar, dentro de una estrategia multicanal, todo el material producido en radio y TV debe tener un uso dual: (1) ampliar la cobertura en su transmisión, pero también (2) digitalizarse y usarse como repositorio de recursos transmedia (como *podcasts* o videos), que puedan ayudar a cerrar las brechas de aprendizajes después de la pandemia. Los repositorios de contenido radial y televisivo producidos durante la pandemia van a ser capital educativo que puede ser modificado y adaptado por parte de los docentes, y utilizado incluso en clases presenciales.

Si bien la flexibilidad curricular y el componente de edutainment ha sido muy importante en el desarrollo de contenido educativo (especialmente durante la pandemia), también debe existir un nivel mínimo de mediación pedagógica del contenido, así como apoyo y capacitación docente.

Alianzas, financiamiento y actores clave

Un aspecto clave de las estrategias multicanal son las alianzas entre los diversos actores involucrados en la creación, producción y transmisión de programación en radio y televisión, así como el financiamiento para apoyarlas. La mayoría de los ministerios de educación en la región no cuentan con infraestructuras propias para mantener la oferta de televisión y radio educativa que muchos están produciendo durante la pandemia. Por lo cual, muchos han colaborado con productoras privadas, proveedores de contenido no gubernamentales e incluso canales y redes de emisoras. Durante la crisis, muchas de estas alianzas han sido de bajo costo o financiadas por fondos multilaterales. A futuro, uno de los mayores retos para integrar estos canales en el ecosistema educativo es la articulación de modelos de financiamiento que puedan apoyar estas alianzas.

En ese marco, existen tres necesidades: (a) fortalecimiento de alianzas público-privadas, (b) modelos de financiamiento y planes de pago accesibles y (c) un cambio de cultura sobre la función y el objetivo de la programación en medios de primera generación.

Una estrategia multicanal sostenible a largo plazo debe contar con un modelo de alianzas público-privadas. Para que la estrategia sea económicamente viable, los ministerios deberían invertir en la subcontratación de actores privados y no en el desarrollo propio de infraestructuras costosas nacionales de creación, producción y distribución de contenido. Aunque los países reconocen esta necesidad, existe cierta cultura de reticencia acerca de las alianzas con organizaciones comerciales en el contexto educativo nacional. En algunos contextos, se enfatiza el valor del contenido mediado y alineado al currículo nacional, como las clases pregrabadas que se han flexibilizado temporalmente durante la pandemia. Sin embargo, existen un número de ejemplos de colaboraciones público-privadas que han logrado adaptar su programación a las necesidades nacionales y de los ministerios de la región. Por ejemplo, plataformas como *Plaza Sésamo* trabajan directamente con los ministerios para responder a sus necesidades y directrices de contenido. Por otro lado, la presencia de una marca

institucional, como puede ser la de *Escuela + o Discovery*, también inspira confianza en los gobiernos de la región, incluso si su contenido es transferible, menos alineado al currículo nacional o presentado en paquetes de contenido sin especificaciones etarias.

Sin embargo, el financiamiento a largo plazo continúa siendo uno de los retos más grandes para los países, ya que pocos gobiernos están destinando un porcentaje significativo de sus recursos educativos en radio y TV durante la pandemia, y su intención de incorporar los costos en futuros presupuestos aún es incierta. Ciertas compañías comerciales liberaron contenidos y ofrecieron repositorios gratuitos a los países de la región en el contexto de la pandemia, pero hasta el momento, no se han identificado rutas claras de inversión y expansión para estas colaboraciones. Dos excepciones son los casos de México y Uruguay. Por un lado, México ha expandido su programación de televisión en la pandemia y espera mantenerla como un elemento que se incorpore concretamente en el presupuesto. Por otro lado, en el caso de Uruguay, existen planes concretos para incorporar al presupuesto nacional la televisión educativa en los próximos años. Algunos países han financiado la producción y transmisión de programación a través de colaboraciones con fondos multilaterales, como en el

ESTUDIO DE CASO: PLAZA SÉSAMO Y LA COLABORACIÓN MINISTERIAL DURANTE LA PANDEMIA

Históricamente, *Plaza Sésamo*, uno de los proveedores de contenido de edutainment más destacados a nivel mundial (presente en aproximadamente 150 países y 35 idiomas) distribuye su programación en Colombia, Costa Rica, Brasil, Ecuador y México entre otros países de la región. Siempre desde una perspectiva lúdica para niñas y niños en preescolar y primaria, Plaza Sésamo produce contenido flexible que puede adaptarse rápidamente a varios contextos, y en algunos casos trabaja estrechamente con ministerios y gobiernos para producir contenido más adaptado a su currículo.

Durante la pandemia, las alianzas con *Plaza Sésamo* se expandieron en la región para satisfacer las necesidades educativas, curriculares o extracurriculares de sus audiencias, generalmente con modelos de financiamiento multilateral. El contenido que ha desarrollado incluye desde clips sobre higiene personal para la pandemia hasta programas clásicos de edutainment, adaptados a las necesidades contextuales y curriculares. Además, Plaza Sésamo ha trabajado para distribuir su contenido por varios canales, como en paquetes de datos bajos por *WhatsApp*, y espera poder crear una serie de podcasts con su contenido en un futuro próximo. Plaza Sésamo, así como otros proveedores no gubernamentales, busca mantener las colaboraciones con los ministerios de la región y la distribución de su contenido a largo plazo.

caso de Ecuador con UNICEF, y buscan nuevas maneras de extender los fondos (en Ecuador, a través del Banco Mundial) para continuar la programación en el año 2021, sin indicios de incorporación a largo plazo. Por otro lado, para los proveedores privados, el modo clásico de financiamiento es el de publicidad o anuncios. Sin embargo, en varios países existen conflictos de imagen e imparcialidad educativa que pueden obstaculizar esfuerzos de alianzas comerciales con compañías que se financien a través de anunciantes. En algunos casos se han podido filtrar los anuncios que se transmiten durante la programación educativa a través de convenios con medios públicos y privados, sin costos asociados.

Finalmente, para que sean sostenibles, las alianzas público-privadas deben ser acompañadas por un cambio cultural en la creación, producción y distribución de contenido en ambos sectores. En primer lugar, se tienen que reconocer los canales de primera generación como medios relevantes y efectivos incluso en un contexto con mayor nivel de conectividad. En segundo lugar, por parte del sector público, es esencial flexibilizar las demandas curriculares para poder producir contenido adaptable y transferible. Por último, ambos sectores deben colaborar en la creación de propuestas integrales, facilitadas por varias generaciones y tipos de medios, con el objetivo de alcanzar al mayor número posible de estudiantes.

El rol docente y evaluación de contenido y aprendizajes

Si bien la educación a distancia implica un cambio radical en el rol docente, eso no significa una disminución de su importancia. De hecho, para generar una estrategia multicanal efectiva es imprescindible redefinir el rol del docente dentro de un nuevo modelo de enseñanza. También es necesario apoyar este modelo con una estrategia de evaluación que se adapte a la diversidad de contextos. Debido a que la adaptación a este nuevo modelo es un proceso iterativo, los docentes necesitan información sobre el desempeño y las necesidades de sus estudiantes para ajustar sus métodos de enseñanza y el uso que les dan a los varios canales. Para implementar un modelo de enseñanza efectivo dentro de una estrategia multicanal se requieren los siguientes elementos: (a) redefinir el rol docente y fortalecer vínculos entre docentes, estudiantes y cuidadores, y (b) un esfuerzo sistémico para la capacitación docente. También, para desarrollar una estrategia de evaluación efectiva, es necesario tener (a) información en tiempo real para saber qué están haciendo los docentes,

qué canales son los más efectivos y qué están aprendiendo los estudiantes, y (b) nuevos instrumentos y formas de evaluar el aprendizaje.

En primer lugar, es esencial definir y comunicar claramente las expectativas del rol del docente en una estrategia multicanal, teniendo en cuenta sus necesidades e incluyéndoles en la toma de decisiones a futuro. Debido a la repentina pandemia, muchos docentes se vieron forzados a improvisar nuevos métodos de enseñanza a distancia sin tener directrices concretas sobre las nuevas expectativas en la enseñanza remota.

Es esencial desarrollar una estrategia multicanal a largo plazo que se ajuste a la realidad docente y que responda de manera más sistemática a las diferentes necesidades de todos los estudiantes, con tal de que los docentes puedan dedicar más tiempo a enseñarle a sus alumnos y menos tiempo a elegir y adaptar contenido a otros medios.

En muchos casos, los docentes fueron excluidos de las conversaciones ministeriales sobre la integración de tecnologías para responder a la pandemia. En la pandemia, los maestros toman mucho más tiempo planeando sus clases y descifrando el mejor uso del contenido en plataformas en línea con tecnologías de primera generación, libros de texto físicos y fichas impresas. Para apoyar y relevar a los docentes de esta carga adicional, es esencial desarrollar una estrategia multicanal a largo plazo que se ajuste a la realidad docente y que responda de manera más sistemática a las diferentes necesidades de todos los estudiantes, con tal de que los docentes puedan dedicarse a enseñar a sus alumnos y dedicar menos tiempo a elegir y adaptar contenido a otros medios. Además, es esencial que los docentes sean incorporados a la discusión para que no queden desarticulados de otros componentes del sistema educativo.

Además, dentro de una estrategia multicanal es importante redefinir el vínculo entre docentes, estudiantes y cuidadores. Al utilizar un modelo de enseñanza multicanal, los docentes pueden combinar actividades y tareas con

programación de televisión, radio y/o juegos educativos en línea que logren captar la atención de los estudiantes más efectivamente. El docente tiene un rol importante en proporcionar contenido a sus estudiantes que esté alineado al currículo nacional y cubra todos los temas relevantes. En el contexto de una educación a distancia o semipresencial, los estudiantes tienen que adaptarse a un aprendizaje más autónomo que requiere de mayor seguimiento de parte del docente e involucramiento por parte de los cuidadores. En muchos casos, especialmente con estudiantes de educación temprana e incluso primaria, los cuidadores son los que se comunican con los docentes para implementar y supervisar las tareas y actividades. En estos casos, también son los cuidadores los que escogen los canales y/o recursos a los que acceden los estudiantes. Por lo cual, el vínculo entre docentes y cuidadores es imprescindible para recibir retroalimentación sobre el progreso de los estudiantes y para identificar si el estudiante está viendo programas de televisión, escuchando radio educativa y/o siguiendo el libro de texto. A largo plazo, es importante seguir potenciando estos vínculos con cuidadores para reforzar y monitorear los aprendizajes con radio y televisión en el hogar, incluso una vez que los estudiantes vuelvan a la escuela de manera semipresencial o presencial.

En este momento, la mayoría de los países de la región no cuenta con la capacidad estructural y técnica para generar información en tiempo real sobre la efectividad de los docentes, el nivel de cobertura de los varios medios y su impacto sobre los aprendizajes.

Por último, una estrategia multicanal sostenible requiere de una capacitación sistémica que responda a las necesidades de los docentes durante la pandemia y a futuro. Para lograr capacitar a los docentes en el uso de tecnología de primera y segunda generación dentro del marco de una estrategia multicanal es imperativo tener una visión clara sobre qué habilidades deben tener los maestros. En el contexto de la pandemia y el uso de varios medios, se presenta como una oportunidad para avanzar en la formación docente.

Al utilizar la radio y televisión como canales para el aprendizaje a distancia es importante que los docentes estén capacitados para alinear efectivamente el contenido con el currículo y poder evaluarlo apropiadamente. También es importante reconocer que los docentes están dedicando mucho más tiempo a completar tareas básicas, como corregir ejercicios, o en completar gestiones administrativas, que ahora dependen de plataformas en línea (ej. monitorear la asistencia). En el contexto de una estrategia multicanal, los docentes van a tener que saber gestionar los varios canales y plataformas efectivamente para minimizar el tiempo que dedican a planear clases interactivas y a adaptar contenido en varios medios. Además, para poder evaluar el progreso y aprendizajes de sus estudiantes, los docentes también tienen que conocer y saber operar plataformas de monitoreo en línea.

Dentro de una estrategia multicanal, es necesario hacer un relevamiento de información en tiempo real para que los docentes puedan entender qué saben los estudiantes, cómo van progresando con sus tareas y estudios y qué tipo de apoyo requieren. A nivel nacional para los ministerios de educación, esta información es un insumo esencial para la toma de decisiones sobre la efectividad de los docentes, la capacitación que requieren y los aprendizajes de los estudiantes. En este momento, la mayoría de los países de la región no cuenta con la capacidad estructural y técnica para generar información en tiempo real sobre la efectividad de los docentes, el nivel de cobertura de los varios medios y su impacto sobre los aprendizajes. Con un mapeo de datos más extenso e inmediato sobre el impacto de una estrategia multicanal se podría (1) evaluar e identificar el tipo de capacitación necesaria para los docentes en base a los canales y herramientas que utilizan, (2) codificar el nivel de cobertura de los diferentes canales y justificar futuras inversiones en estrategias a largo plazo, e (3) informar una estrategia de evaluación de aprendizaje adecuada para los estudiantes.

La evaluación debería no solo detectar el nivel de uso de las plataformas y recursos educativos, pero también poder medir el desempeño académico de los estudiantes efectivamente. Para eso, es necesario tener una visión clara de qué aprendizajes se deberían evaluar y cómo. Para escoger la herramienta de evaluación adecuada es necesario definir qué tipo de aprendizaje se está evaluando, por ejemplo, el aprendizaje memorístico o la aplicación de los contenidos, entre otros. Para acomodar todas las modalidades de aprendizaje que resultan del uso de múltiples canales, es esencial crear y expandir los instrumentos y metodologías de evaluación

para que respondan a las distintas necesidades de los diversos grupos etarios. Por ejemplo, el aprendizaje de los estudiantes de secundaria y universitarios puede ser evaluado más efectivamente a distancia, dado que la mayoría de sus tareas son completadas de manera independiente y pautada. Sin embargo, los estudiantes de primaria y preescolar necesitan métodos más innovadores y continuos para evaluar el aprendizaje, que incorporen el rol del cuidador en su implementación, ya que muchos de los alumnos no pueden trabajar independientemente a distancia.

Una vez que los docentes identifiquen que aprendizajes quieren evaluar, necesitan tomar en cuenta los canales que utilizan los estudiantes en el hogar para alinear sus evaluaciones a ese contenido. En México, por ejemplo, la Telesecundaria está alineada con el contenido del libro de texto, lo cual permite medir el aprendizaje de los estudiantes a través de un eje de contenido común. Sin embargo, en otros casos, los estudiantes pueden estar

aprendiendo a través de una variedad de canales, en TV, radio y/o plataformas virtuales, lo que nuevamente presenta la necesidad de crear o expandir el uso de nuevas herramientas de evaluación. En las plataformas en línea, por ejemplo, los docentes pueden recibir información sobre el desempeño de sus estudiantes en la propia plataforma, a través de actividades o pruebas. Esto permite que los estudiantes y docentes reciban información personalizada sobre las áreas que necesitan reforzar. Por otro lado, en la región muchos docentes *utilizan WhatsApp* para dar seguimiento a sus estudiantes, y en muchos casos, para intentar evaluar directamente los aprendizajes del estudiante. A pesar de que en muchos casos WhatsApp u otros aplicativos de mensajería instantánea llegan a tener una función similar a la de una plataforma en línea, los docentes se encuentran en una situación de improvisación donde tienen que usar instrumentos limitados para tareas sumamente complejas.

ESTUDIO DE CASO: CONECTA IDEAS - CHILE

En Chile, la plataforma *Conecta Ideas* tiene la utilidad de mapear el progreso de los estudiantes basado en fichas de ejercicios que proporcionan los docentes cada 15 días. El mapa logra captar escuelas en todo el país mostrando información a nivel regional, provincial y local. Esta es una forma de recaudar información para entender qué modalidades y recursos están utilizando los docentes a lo largo del país. Esta herramienta permite que los docentes tengan un registro del desempeño de sus estudiantes basado en las fichas y de esa manera pueden ver cómo se comparan con los centros educativos a su alrededor.

La relevación de datos funciona de la siguiente manera. Primero, el docente reporta las fichas que se están utilizando. También, pueden reportar material adicional que están utilizando como videos, actividades con el libro de texto, entre otras. Luego, los apoderados o docentes tienen que subir las tareas de los estudiantes para mostrar su progreso. En Chile, se utiliza la oportunidad generada por los programas de alimentación en los centros educativos para que los cuidadores suban los datos o tareas de los estudiantes a estas plataformas o se las envíen a los docentes. En otros casos, los profesores subirán a la plataforma las actividades que les enviaron los cuidadores por WhatsApp o correo.

Esta plataforma contiene el relevamiento de información de estudiantes en primero y segundo grado. En ciertas provincias el uso de esta herramienta es más difundido que en otras, especialmente porque muchos cuidadores suben los datos cuando se conectan en los centros educativos (un porcentaje limitado de la población). Se probará una versión offline en el futuro para poder alcanzar a un número mayor de personas y para que su uso sea más frecuente.

CONCLUSIÓN

Aunque la región ha avanzado a pasos agigantados durante la pandemia para asegurar la incorporación de la tecnología en el aula y para expandir la tasa de conectividad, aún no se ha logrado responder a las necesidades educativas de los estudiantes de la región. En un contexto de educación a distancia, semipresencial o presencial es necesario que todos los estudiantes tengan acceso a recursos educativos de calidad. Una estrategia multicanal presenta una oportunidad única para elevar la cobertura educativa regional a un nivel nunca antes visto. El uso de canales de primera generación dentro de una narrativa transmedia, ya sea televisión, streaming, radio, o podcasts, facilitará el acceso a recursos de alta calidad para todos los niños, niñas y adolescentes de la región, sin importar su nivel socioeconómico o acceso a conectividad. Además, una estrategia multicanal puede lograr conectar y captivar a estudiantes en riesgo de deserción escolar.

La mayoría de los países en América Latina y el Caribe ya han hecho inversiones iniciales para desarrollar alianzas y recursos necesarios para implementar una estrategia multicanal durante la pandemia. Es importante potenciar los avances ya alcanzados, fortalecer la inversión actual en una estrategia multicanal sostenible y responder a los retos identificados para continuar avanzando en la democratización del acceso a recursos para todos los estudiantes de la región. A tal fin, es crucial definir un

enfoque pedagógico común en todos los canales, fomentar las colaboraciones público-privadas, capacitar y apoyar a los docentes, y evaluar el impacto.

Una estrategia multicanal efectiva permitirá desarrollar un ecosistema de suscriptores que se adapte a las necesidades y circunstancias de todos los estudiantes. Es decir, un ecosistema que permita que los estudiantes y docentes seleccionen los canales y recursos educativos (ya sean la radio, televisión o audios, videos o juegos en línea) según sus tópicos de interés, así como su nivel de acceso a ciertas tecnologías. Además, el acceso libre e independiente a repositorios de contenido en varios canales puede ayudar a cerrar las brechas de aprendizaje entre estudiantes del mismo grupo etario, o incluso las brechas que ha causado la pandemia.

Evidentemente, focalizarse en una estrategia multicanal no significa que el nivel de conectividad de la región debería ser dejado a un lado. La región debe continuar invirtiendo en mejorar la infraestructura de internet existente y lograr cerrar la brecha de conectividad. Sin embargo, sin quitar importancia al acceso a conectividad, continuar invirtiendo en una estrategia multicanal solamente enriquece a los procesos de aprendizaje de todos las niñas y niños de la región.

EL USO DE CANALES DE PRIMERA GENERACIÓN DENTRO DE UNA NARRATIVA TRANSMEDIA, YA SEA TELEVISIÓN, STREAMING, RADIO, O PODCASTS, FACILITARÁ EL ACCESO A RECURSOS DE ALTA CALIDAD PARA TODOS LOS ESTUDIANTES DE LA REGIÓN, SIN IMPORTAR SU NIVEL SOCIOECONÓMICO O ACCESO A CONECTIVIDAD.



ANEXO A

Uso de la radio educativa antes de la pandemia

Históricamente, la radio educativa ha sido una respuesta para acompañar a los estudiantes en su aprendizaje o proporcionar recursos educativos a los alumnos que se encuentran en zonas rurales. La radio ofrece la oportunidad de desarrollar contenido en varios idiomas a una audiencia masiva a un costo menor que otras alternativas, como la televisión o plataformas en línea. También sirve como herramienta de acompañamiento e incluso capacitación docente. Sin embargo, para lograr un modelo sostenible de radio educativa en los países de la región es necesario desarrollar contenido interactivo y duradero con alianzas que puedan implementar y financiar estos programas a largo plazo. Sin embargo, en el transcurso de su uso, los programas de radio educativa no han incorporado todos estos elementos para formar una estrategia sostenible.

Si bien el uso de la radio educativa comenzó en los 1920s, los programas de *audio interactivo por radio* comenzaron a implementarse en la región con el apoyo de USAID en 1974. Desde el primer programa en Nicaragua, la radio educativa interactiva ha sido utilizada *mundialmente*. En muchos casos, los programas estaban diseñados con una doble audiencia en mente: el docente y estudiantes, así como cuidadores e hijos. En esta tabla se pueden ver ejemplos de programas de radio educativa que se han ofrecido en las últimas décadas en América Latina. Durante la pandemia se creó un *catálogo de programas* mundiales *accesible en línea*.

PROGRAMA	AÑO	PAÍS	MATERIA	AUDIENCIA
Radio Math	1974	Nicaragua	Matemáticas	Primaria
<i>Educación para adultos</i>	1992	Honduras	Educación adultos	Adultos
<i>Aprendamos Jugando: IRI para la primera infancia</i>	1992 y 1994	Bolivia	<i>Salud</i> y primera infancia (dos programas separados)	Preescolares y estudiantes de primaria, apoderados y cuidadores
<i>Teacher Training (Banco Mundial)</i>	1993	República Dominicana	Capacitación docente	Docentes
<i>Tikichuela</i>	2011	Paraguay	Matemáticas	Preescolar
<i>Juego y Aprendo</i>	2002 (se puede acceder durante la pandemia)	Honduras	Lectoescritura, matemáticas y socioemocional	Preescolar
<i>ELA (English for Latin America)</i>	En transcurso	Regional	Aprendizaje de inglés	Docentes y estudiantes: Grado 4-12, Nivel A1 y A2

En la región los programas de IRI (*Interactive Radio Instruction*) y IAI (*interactive audio instruction*) han sido implementados en diversos contextos y con distintos propósitos. Los programas incluyen material en matemáticas, medio ambiente, lectoescritura, idiomas extranjeros, salud, contenido cívico, entre otros. Un solo programa de radio puede incluir una combinación de estas materias. También, se han creado programas para capacitar a docentes que no tienen todas las herramientas necesarias para impartir clases o requieren apoyo. Existen programas diseñados específicamente para capacitar apoderados y/o cuidadores en la crianza de los niños y niñas en la primera infancia. Además, existen programas de continuación de la educación para adultos que no lograron terminar sus estudios. Por décadas, los programas de radio educativa han sido extensivamente evaluados. Los resultados demuestran que el uso de radio en el aprendizaje es *efectivo* y que en algunos casos los estudiantes que usan radio tienen un *rendimiento superior* a los estudiantes en centros educativos.

En el caso de *Paraguay*, la implementación de un programa piloto bilingüe en español y guaraní en el 2011 mostró resultados positivos en el aprendizaje de los estudiantes en menos de cinco meses. El programa tenía el objetivo de cerrar la brecha académica en matemáticas que se produce temprano en niños y niñas. La audiencia se centraba en estudiantes de preescolar que ya tenían dificultades con conceptos básicos de matemáticas necesarios para rendir exitosamente en primaria. Los resultados demostraron que los alumnos no solo mejoraron en su rendimiento en matemáticas, sino que el programa también mejoró la comprensión oral. Además, este programa no solo benefició a los alumnos, sino que ayudó a capacitar a los docentes que necesitaban apoyo para reforzar el aprendizaje de matemáticas en ese grupo etario.

El éxito de un programa de radio se atribuye a una combinación de factores. Por un lado, los programas de IRI y IAI buscan beneficiar a una doble audiencia, tanto *docentes y estudiantes* como familias, ya sea un apoderado y su hijo o un hermano mayor con uno menor. Esta decisión se toma en la primera etapa de diseño del programa. Generalmente, se utilizan *docentes, expertos y líderes* en la comunidad para escribir los guiones, lo que permite que el programa esté alineado con las necesidades de los docentes locales. Los programas de radio vienen acompañados de instrucciones y materiales de aprendizaje para los estudiantes y uno separado para los docentes. Por otro lado, la participación de docentes, estudiantes y productoras, al igual que la del gobierno, entidades de

financiamiento, estaciones de radio y facilitadores, es imprescindible para lograr la creación y difusión de un programa exitoso a escala. Aunque la evidencia demuestre que el uso de la radio puede significativamente impactar el aprendizaje de sus usuarios, el mayor desafío para poder implementar los programas a escala y largo plazo es el financiamiento.

En América Latina, las iniciativas de radio interactivas más conocidas han involucrado la colaboración económica y logística de organizaciones privadas e internacionales. Un ejemplo del uso de radio educativa exitoso que no logró establecer un presupuesto a largo plazo es el proyecto de *Radio Math en Bolivia en 1986*. En los 80's, muchos de los programas y sus pilotos fueron financiados y desarrollados por USAID y el gobierno de turno. Esto generó problemas en la *sostenibilidad de los programas a largo plazo*, ya que con el cambio de gobierno no fue posible garantizar el financiamiento y el compromiso de la nueva administración. Radio Math estuvo vigente desde 1986 a 1997 y logró llegar a más de 1 millón de estudiantes entre segundo y quinto básico. En 1997, el financiamiento de USAID fue discontinuado y el nuevo gobierno decidió no proporcionar recursos a iniciativas de administraciones anteriores, por lo que el programa dejó de existir a nivel nacional. Debido a su éxito, el programa fue transmitido en los años siguientes por estaciones de radios afiliadas a iglesias, financiadas por ONGs y gobiernos locales que reconocieron el valor del programa.

En las últimas décadas, los gobiernos de la región han tenido que adaptarse y repensar la implementación de los programas en base a experiencias propias y lecciones aprendidas de programas en otros contextos. En Honduras, al igual que Bolivia, se readaptó el programa *Radio Math* bajo un nuevo modelo de financiamiento para que no quedara solo en las manos de USAID y el gobierno. Durante su implementación, hubo controversia alrededor de la estrategia de marketing que utilizó AVANCE (una institución financiada por un grupo de empresarios) para recaudar fondos para el programa. El costo de los materiales lo tuvieron que pagar los docentes en vez de las escuelas, lo que resultó en un modelo poco sostenible. Debido a los problemas relacionados con este proyecto, para la siguiente iniciativa de radio, Honduras consideró otro modelo de financiamiento público-privada más sostenible con la colaboración de una ONG. USAID y COEDUCA desarrollaron un proyecto de educación para una audiencia adulta. Este nuevo programa fue implementado y transmitido por localidades con el apoyo de compañías privadas y ONGs locales, lo cual ayudó a anticipar costos recurrentes y asegurar un modelo sostenible.

Aunque para muchos la radio sea percibida como una herramienta inferior o anticuada, la realidad es que en muchos hogares de la región sigue siendo utilizada diariamente. Aún si no se utiliza a menudo, niños y adultos entienden cómo funciona. No obstante, la radio ha evolucionado y ahora se ha popularizado en forma de podcasts. Esta herramienta de audio digital es extremadamente popular y en los últimos años ha desarrollado mucho *contenido educativo*. Además, los podcasts han podido responder a ciertas limitaciones de la radio, como el desarrollo de contenidos en temas más avanzados para grupos etarios mayores (biociencia, negocios, ingeniería, idiomas, derecho, enfermería, entre otros), así como la flexibilidad de su uso (poder escuchar el episodio más de una vez o retroceder). Incluso se pueden encontrar podcasts de *docentes para docentes* que pueden ayudar y alentar a educadores que lo necesiten. El uso de podcasts ha demostrado *ser útil* para el estudiante en base a encuestas de los usuarios, pero no se han desarrollado estudios de impacto como los de radio. Sin embargo, los estudios de radio en la región demuestran que aprender por audio es muy efectivo, lo que demuestra que el uso de audio educativo tiene futuro dentro y fuera del aula.

ANEXO B

Uso de la televisión educativa antes de la pandemia

La televisión educativa en la región ha sido una herramienta efectiva en contextos diversos, ya sea para llegar a las poblaciones vulnerables sin acceso a servicios de internet o para complementar la educación presencial o semipresencial de todos los estudiantes. El alto alcance de la TV, así como sus efectos positivos en el desarrollo cognitivo y académico, revela su valor para el conjunto de la población estudiantil. Al igual que la radio, la TV ha demostrado ser una **herramienta efectiva** para la continuidad educativa a distancia.

Dentro del panorama regional, se han utilizado dos modelos principales de televisión educativa: la televisión educativa nacional o curricular (generalmente, en base a transmisiones en vivo y pregrabadas de clases) y programas educativos no-curriculares y/o de entretenimiento educativo, conocidos como *edutainment*. Generalmente, los países de la región, excepto México, Argentina o Brasil entre otros, no cuentan con una infraestructura de televisión educativa nacional propia, sino que utilizan el contenido de proveedores privados que es más flexible y menos alineado al currículo nacional base, y su apoyo para la transmisión a gran escala.

Tras popularizarse en la segunda mitad del siglo XX, el uso de TV como herramienta educativa ha sido evaluado en base al impacto por grupo etario. Programas educativos han fortalecido el desarrollo cognitivo de niños y niñas de 0 a 7 años, demostrando su **efectividad** como herramienta de desarrollo en la primera infancia. La TV educativa ha mejorado el rendimiento escolar al fomentar la adquisición de habilidades de alfabetización, reconocimiento de letras, vocabulario, gramática y aritmética en la primaria. Durante las últimas décadas, el uso de la TV para crear programas **nacionales** y **locales** de educación media en países como México, Brasil y Guatemala han resultado en un aumento de la matriculación nacional. Estos programas de televisión siguen el plan de estudios nacional y se complementan con guías de aprendizaje y en algunos casos, discusiones presenciales en el aula.

En la región, un primer modelo de televisión educativa se ha centrado en contenido educativo alineado al currículo transmitido en vivo y/o pregrabado. En

general, los programas son desarrollados, financiados y transmitidos por el gobierno y entidades públicas. Estos programas son populares en territorios amplios con alta penetración televisiva, como en el caso de EduSat y Telesecundaria en México y Aula em Casa en Brasil. La **Telesecundaria**, el programa de educación televisiva más antiguo de América Latina lleva más de **50 años de transmisión** en México. El modelo de Telesecundaria se centra alrededor del libro de texto, el cuál es menos interactivo que otros medios, pero permite ampliar la cobertura a través de su distribución a gran escala. Este modelo de televisión educativa pública ha beneficiado a muchos estudiantes en donde falta personal docente o hay un riesgo mayor de deserción escolar. Los resultados de la prueba ENLACE desde el 2006 al 2013 revelaron una mejoría en el rendimiento académico en matemáticas de los estudiantes de Telesecundaria. En **Durango, México**, por ejemplo, se registró un aumento en la matriculación de estudiantes fuera del sistema escolar. Además, nacionalmente se ha registrado un **aumento de la matrícula** escolar gracias al programa de Telesecundaria.

Sin embargo, un modelo como el de telesecundaria, con programas televisivos alineados al libro de texto, puede ser menos efectivo en contextos donde el sistema de educación es más descentralizado o no existe un currículo nacional base. En estos casos, los países tienen que adaptar y flexibilizar su contenido televisivo y apoyar una oferta diversa en programación y recursos. Además, lograr implementar un programa con la longevidad de Telesecundaria requiere un compromiso presupuestario significativo, lo que representa un desafío en muchos contextos de la región.

Debido a la complejidad y el costo asociados con la producción y transmisión de programación televisiva a nivel nacional, muchos países crean alianzas con proveedores privados para implementar iniciativas de televisión educativa efectivas. A nivel global, el ecosistema de la televisión educativa ha sido dominado en los últimos años por proveedores privados o no gubernamentales. La mayoría de estos proveedores crean contenido flexible, en algunos casos *edutainment*, y algunos adaptan su material a las bases

curriculares nacionales. Organizaciones privadas como Discovery distribuyen contenido de alta calidad, no alineado a un currículo específico, pero que se ha consumido a gran escala en la región. Mediante colaboraciones público-privadas, también ha sido posible generar ofertas de contenido educativo de alta calidad, así como ampliar los canales de distribución. Iniciativas como Escuela + incorporan a proveedores privados y a distintos actores públicos en la producción y distribución de **contenidos educativos**. Estos proveedores cuentan con modalidades de contenido gratuito y de pago, abriendo una serie de posibilidades a los países que utilizan su programación educativa como complemento o suplemento a su estrategia educativa central.

Otro ejemplo es Sesame Workshop, uno de los proveedores de contenido de edutainment más destacados a nivel mundial (presente en aproximadamente 150 países y 35 idiomas) distribuye su programación en México, Brasil, Colombia, Ecuador, Costa Rica, entre otros países de la región. Siempre desde una perspectiva lúdica para niñas y niños en preescolar y primaria, Sesame Workshop produce contenido versátil que puede adaptarse rápidamente a otros países, y en algunos casos trabaja estrechamente con ministerios y gobiernos para producir contenido más adaptado a su currículo. Su modelo de financiamiento en los países es distinto a los modelos de proveedores privados, ya que cuenta generalmente con fondos multilaterales para

la producción y adaptación del contenido, mientras que el país gestiona la transmisión y los costos asociados a esos. En los años de transcurso de la programación aza Sesámo, varios estudios de impacto concluyen que el programa, así como edutainment más generalmente, tiene un **impacto positivo** en el aprendizaje de los espectadores.

En América Latina y el Caribe, la televisión sigue siendo una herramienta fundamental para llegar a los hogares. En muchos contextos donde la conexión a internet no llega a la mayoría de los hogares, los niños y niñas tienen acceso a la televisión. En los hogares que sí tienen conexión, la televisión también permite captar la atención de los estudiantes y distribuir contenido educativo. Además, el contenido que se produce para la televisión puede ser agregado a las plataformas en línea y permite que los estudiantes lo vean a su propio ritmo. Una estrategia combinada de televisión educativa con material alineado al currículo, programas de edutainment, y contenido relevante a la situación actual, puede energizar el aprendizaje en los niños y niñas de la región. La televisión también se ha utilizado en un modelo educativo presencial, en el que los docentes que están impartiendo clases pueden complementar lo que enseñan con estos programas de TV dentro y fuera del aula. Por último, el contenido educativo televisivo puede llegar a cerrar la brecha de rendimiento en ciertas zonas de la región y democratizar el acceso a recursos educativos de calidad.

ANEXO C

Lista de participantes

Lucía Acurio

Directora Ejecutiva
Grupo EduTec

Roberto Araya

Investigador
Universidad de Chile

Elena Arias Ortiz

Especialista en Educación
Banco Interamericano de Desarrollo

Luciano Braverman

Director Senior de Educación
Microsoft América Latina

Melania Brenes Monges

Viceministra
Ministerio de Educación Pública de
Costa Rica

Brenda Campos

Directora del Impacto Social, LATAM
Plaza Sésamo

Martha Castellanos

Vicerrectora Académica
Fundación Universitaria del Área
Andina

Cristobal Cobo

Especialista en Educación
Banco Mundial

Julián Cristia

Economista Líder
Banco Interamericano de Desarrollo

José Escamilla

Director de Innovación
Tecnológico de Monterrey

Ariel Fiszbein

Director del Programa de Educación
Diálogo Interamericano

Leandro Folgar

Presidente
Plan Ceibal

Anna Herrero

Asociada de Investigación del
Programa de Educación
Diálogo Interamericano

Mariana Maggio

Gerente de Programas Académicos
Microsoft América Latina

Mónica Maruri

Directora Ejecutiva
Instituto Iberoamericano del
Patrimonio Natural y Cultural

Sandro Mesquita

Director del Centro de Innovación
Ministerio de Educación de Chile

William Montoya

Asesor en Estrategia Digital
Ministerio de Educación de Colombia

Leda Muñoz

Directora Ejecutiva
Fundación Omar Dengo

Christian Pinto

Asesor Digeibira
Ministerio de Educación Perú

Agustin Porres

Director Regional, LATAM
Fundación Varkey

Germán Ruiz

Coordinador Ejecutivo
Espacio Común de la Educación
Superior en Línea (ECESELI)

Paula Sacchini

Gerente de Marketing Estratégico
Pearson

Daniela Sáez

Asistente del Programa de Educación
Diálogo Interamericano

Mateo Samper

Jefe de Alianzas del Sector Público
Iberoamérica
Coursera

Gabriel Sanchez Zinny

Director de la Unidad de Evaluación
para la Calidad y Equidad Educativa
de la Ciudad Autónoma de Buenos
Aires

Eugenio Severin

Director Ejecutivo
Tu clase, Tu país

Diana María Silva Lizarazo

Jefe de Innovación Educativa
Ministerio de Educación de Colombia

Sarah Stanton

Asociada Senior del Programa de
Educación
Diálogo Interamericano

Fernando Valenzuela

Socio
Global EdTech Impact Alliance

Katharine Yasin

Directora de ELA (English for Latin
American) y Asesora Técnica
Internacional
Education Development Center

Ricardo Zapata

Director de la Innovación Tecnológica
en Educación
Ministerio de Educación de Perú

CON EL APOYO DE:

AT&T Foundation





 **ELDIÁLOGO**

Liderazgo para las Américas

Diálogo Interamericano
1155 15th Street NW, Suite 800
Washington, DC 20005
Correo electrónico: education@thedialogue.org
thedialogue.org/education