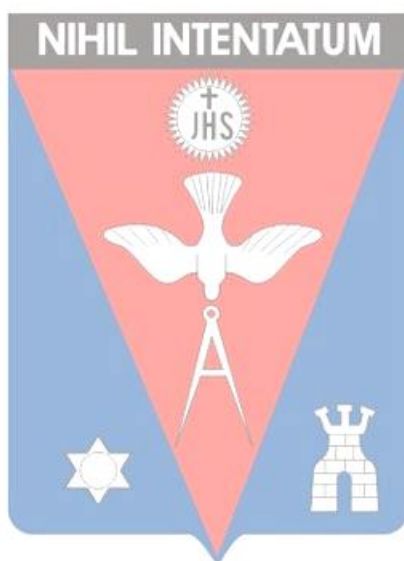


UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS



**Universidad Católica
de Salta**

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Profesora: Lic. Dolores Uriburu

Alumna: Rocío Araceli Rojas

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Gran Canciller:

Su Excelencia Reverendísima Monseñor

Mario Antonio Cargnello

Arzobispo de Salta

Rector:

Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

Vicerrectora Académica:

Mg. Constanza Diedrich

Vicerrector Administrativo:

Dr. Darío Eugenio Arias

Vicerrector de Formación

Pbro. Dr. Cristian Arnaldo Gallardo

Vicerrector de Investigación y Desarrollo

Dr. Federico Colombo Speroni

Secretaria General:

Lic. Silvia Álvarez

Decano de la Facultad de Economía y Administración

Dr. Juan Lucas Dapena

Jefe de la Carrera de Lic. En Relaciones Públicas e Institucionales

Lic. José Lamas

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación muestra la situación del contexto real, y la planificación de las relaciones publicas sistematizando el uso de la herramienta WhatsApp, dentro de una institución escolar ubicada en la ciudad de Salta.

La investigación se basa en un estudio de caso centrado en la utilización de la herramienta WhatsApp de manera educativa, dada la realidad pandémica que inició el 20 de marzo del 2020.

El presente estudio busca facilitar, dinamizar y formalizar la comunicación del jardín con los padres y la comunidad. Es simple ya que existen dos variables relacionadas entre sí, Es direccional, se conoce la naturaleza de la relación entre estas dos variables, se establece una relación de asociación donde la variable independiente condiciona la variable dependiente.

Las conclusiones y recomendaciones aquí obtenidas solo son aplicables al objeto de estudio referido en esta investigación. No pueden inferirse dichos resultados a otras unidades de observación.

Abstract

This research work shows the situation of the real context, and the planning of public relations, systematizing the use of the Whats App tool, within a school institution located in the city of Salta.

The research is based on a case study focused on the use of the Whats App tool in an educational way, given the pandemic reality that began on March 20, 2020.

This study seeks to facilitate, make more dynamic and formalize the communication between parents and the educational community. It is simple since there are two variables related to each other, It is directional, the nature of the relationship between these two variables is known, an association relationship is established where the independent variable conditions the dependent variable.

The conclusions and recommendations obtained here are only applicable to the object of study referred to in this research. These results cannot be inferred to other units of observation.

AGRADECIMIENTOS

A mi hijo Lorenzo Valentín quien guio y me inspiro para poder cumplir con este logro profesional, me lleno el corazón de amor me brindo la fuerza necesaria para poder llevarlo a cabo.

A mis padres Ana María y Oscar Rodolfo quienes acompañaron este proceso sirviéndome de guía para mi educación, transmitiéndome valores y siendo un apoyo incondicional.

A mi hermana Anabel quien sostuvo gran parte de confianza, me brindo su ayuda para poder concluir esta gran etapa.

A mi hermanita Agostina que con su corta edad me enseñó a ser autentica en la vida.

Mis sobrinas Zoé y Evan que desde el primer momento me enseñaron el arte de poder estudiar entre juegos y responsabilidades.

Al gran rejunte, Tachi, Abraham, Enzo y Romí que fueron mis compañeros, y amigos para concluir la etapa académica. A Estefi que con su bondad supo entender mi ansiedad y tardes de estudios.

A mi gran estrella que me guía espiritualmente, a mi ángel de la guarda y a Dios por guiar mis pasos.

A mis sueños que me esperan en un futuro....

*El fracaso no existe,
Solo es un resultado no deseado.
Si quieres conseguir un resultado diferente y ver cambios,
Haz algo distinto para acercarte a
Ese objetivo que tanto deseas...*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCION

CAPITULO 1: PRESENTACION Y METODOLOGIA

- 1.1 Tema de Investigación
- 1.2 Fundamentación
- 1.3 Sistematización del problema
- 1.4 Formulación del problema
- 1.5 Estado de Arte
- 1.6 Objetivo general- específico
- 1.7 Hipótesis
- 1.8 Operacionalización
- 1.9 Cronograma de actividades
- 1.10 Marco Conceptual

CAPITULO 2: MARCO TEORICO

- 2. Relaciones Públicas. Origen del concepto
- 2.1 La Planificación
- 2.2 Hacia un concepto de la comunicación Institucional
- 2.3 WhatsApp como herramienta de comunicación
- 2.4 WhatsApp como herramienta educativa
- 2.5 Otra herramienta Virtual para tener en cuenta

CAPITULO 3: MARCO CONTEXTUAL

3.1 Historia del Jardín

3.2 El jardín en relación con los alumnos

3.3 El jardín en relación con los grupos familiares.

3.4 El jardín en relación con los equipos de trabajo.

CAPITULO 4: ANALISIS Y RECOLECCION DE DATOS

4.1 Modelo y análisis de Entrevista

4.2 Encuestas

4.3 Interpretación de los resultados

CAPITULO 5: CONCLUSION Y APORTES

5.1 Propuestas

ANEXO

BIBLIOGRAFIA

WEBGRAFIA

AGRADECIMIENTO FINAL

CAPITULO 1

PRESENTACIÓN Y METODOLOGÍA

INTRODUCCIÓN

Tema de Investigación:

La planificación y sistematización del uso del WhatsApp como herramienta de comunicación institucional del Jardín n° durante el Covid19.

Fundamentación:

Durante el tiempo cursado en la carrera de Relaciones Públicas e Institucionales, la temática que mayor impacto causó fue la creación de un Plan de RRPP, tiene un abordaje amplio; comunicación con los públicos, desarrollo de planes, programas, generar vínculos con otras entidades en gran medida adaptar a la institución en los determinados contextos. Es por ello la elección del tema.

El Jardín maternal se encuentra situado en zona macro centro de la Ciudad de Salta, en la actualidad cuenta con 20 niños inscriptos que rondan entre los 3,4 y 5 años. La comunicación empleada es la tradicional: cuaderno de comunicados.

En el mes de marzo de este año debido a la contingencia sanitaria se implementó el uso de WhatsApp para el desarrollo de las actividades. De esta forma utilizar la herramienta para envío de tareas, fotos y videos además de mensajes por parte de las maestras hacia los alumnos.

La comunicación con padres y alumnos podría tener mayor fluidez si se planificaran las actividades semanalmente, de esta manera el trabajo con los niños avanzaría progresivamente. Existiendo también la posibilidad que en un futuro se incorporen nuevas herramientas tales como el Google Classroom.

Considerando lo mencionado y en busca de una mejor gestión comunicativa se pretende ampliar el vínculo entre padres/alumnos e institución.

Sistematización del problema:

1. ¿Qué es la Comunicación Institucional?
2. ¿Qué herramientas de comunicación se aplicaban anteriormente en el Jardín?
3. ¿Por qué es importante la comunicación en el Jardín durante la emergencia sanitaria?
4. ¿A qué se refiere el concepto de planificación? y ¿Sistematización?

Formulación del Problema

¿De qué manera la comunicación Institucional del Jardín puede mejorar con el uso del WhatsApp y cómo se sistematiza formalmente ese canal?

Antecedentes o Estado Arte

- **Institución: Universidad Católica de Salta**

Carrera: Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales.

Autor: Torres Gálvez, Ramiro Nicolás.

Año: 2019

Tema: Uso de G-Suite como herramienta de mejora en la comunicación interna del colegio Santo Tomás de Aquino en la ciudad de Salta durante el año 2019.

Resumen: La investigación se basa en un estudio de caso centrado en la comunicación interna entre alumnos, docentes y directivos a través de la utilización de la plataforma provista por Google, G-Suite for Education.

Su propósito es detectar si existieron mejoras en la comunicación interna de la institución gracias a la aplicación de esta herramienta digital. La investigación es de carácter cuantitativo, exploratorio y descriptivo. Las conclusiones y recomendaciones aquí obtenidas solo son aplicables al objeto de estudio referido en esta investigación

- **Institución: Universidad Siglo XXI**

Carrera: Licenciatura en Educación

Autor: Martha Geraldine Roffé

Año: 2016

Tema: El jardín y las TIC. La capacitación docente

Resumen: Aborda un relevamiento institucional del jardín de infantes Toranit para conocer la concepción y formación del cuerpo docente en torno a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

El objetivo del mismo es el diseño de una capacitación docente sobre las TIC para la institución. Los datos se analizaron bajo un criterio metodológico de tipo cualitativo.

Con base en las conclusiones diagnósticas que demostraron un conocimiento escaso sobre la temática, un uso de las TIC no acorde a sus posibilidades y falta de capacitación institucional y personal; se diseñó una propuesta de capacitación con modalidad de talleres para dicha institución.

En la capacitación creada se abordan las TIC a través de un recorrido por su definición y dimensiones en el marco de la sociedad de la información y el conocimiento.

Se trabaja sobre el pensamiento tabular y las nuevas formas de aprender de los alumnos actuales; y se propone una actividad práctica de implementación del uso de las TIC en una propuesta didáctica.

- **Institución: Universidad Siglo XXI**

Carrera: Licenciatura en Educación.

Autor: Santucho, Romina

Año: 2016

Tema: Inclusión de las TIC en el Nivel Inicial: Centro Educativo Nuevo Siglo

Resumen: Se estudió la inclusión de las Tic: Tecnologías de Información y Comunicación, en el Nivel Inicial del Centro Educativo Nuevo Siglo, con el objetivo de conocer y describir las características que presentan los procesos de enseñanza y aprendizaje con Tic. Se desarrolló un diseño metodológico exploratorio/cualitativo por medio de entrevistas a las docentes y a la directora de la institución, como así también observaciones de las clases de las Salas de 3,4 y 5 años.

Objetivo General:

Facilitar, dinamizar y formalizar la comunicación del jardín con los padres y la comunidad, en el uso de WhatsApp y sus beneficios para la comunicación.

Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico de la Comunicación Institucional entre padres y docentes antes de la emergencia Sanitaria.
2. Efectivizar la comunicación institucional a partir del uso del WhatsApp.
3. Proponer el uso del Google Classroom como herramienta tecnológica semanal para que los niños puedan interactuar con los maestros del jardín.

MARCO CONCEPTUAL

Formulación de la Hipótesis:

“El uso de WhatsApp de manera planificada y sistematizada mejora la comunicación Institucional del Jardín Tortuguitas durante el Covid19”.

- **Variable independiente:** Uso del WhatsApp.
- **Variable dependiente:** Comunicación Institucional del Jardín Tortuguitas durante el Covid19.

Operacionalización conceptual de las variables

Variables	Tipos de Variables	Dimensión	Indicadores
Herramienta: WhatsApp	Cuantitativa	<u>Mensajería</u>	Fotografías/ Videos
			Grupos (hasta 256 miembros)
			Compartir documentos (.pdf, .docx, etc.)
			Video llamadas Individuales/ Grupales
			Audios
Comunicación Institucional del Jardín Tortuguitas durante el Covid19.	Cualitativa	<u>Relación de</u> <u>Vínculos</u>	Formación de Equipos de trabajo
			Colaboración entre Maestros padres y alumnos
			Coordinación y guía del contenido educativo.
			Motivar el desempeño escolar desde casa.

Clasificación de la Hipótesis

- Es simple ya que existen dos variables relacionadas entre sí.
- Es direccional, se conoce la naturaleza de la relación entre estas dos variables.
- Se establece una relación de asociación donde la variable independiente condiciona la variable dependiente.

Universo

En este caso son: alumnos, docentes y padres que tengan vínculo con la institución, ubicada en la ciudad de Salta.

Segmento o Muestra

Al tratarse de un estudio de caso no se trabaja con una muestra.

Tipo de Investigación

- Según su finalidad es básica, salvo en aquellos casos donde se aplican las variables para verificar la transformación empíricamente o en la realidad de estudio. Tiene como objetivo llegar a conclusiones aplicando los conceptos al análisis del objeto de estudio.
- Según su amplitud, es micro sociológica. Hace referencia al estudio de variables y sus relaciones de aplicación general en un estudio de caso o universo específico donde se estudian las variables seleccionadas.
- Según sus fuentes, se emplean en el estudio fuentes secundarias basadas en material bibliográfico y hemerográfico especializado, de páginas web o web gráfica.

En tanto se emplean las fuentes primarias citadas a continuación, a partir de los siguientes instrumentos: observación con guía cuantificable; entrevistas.

- La dimensión temporal corresponde a su aspecto sincrónico, ya que realiza un estudio referido a conceptuales determinadas que se asumen válidas en tanto no sean refutadas por conocimientos teóricos novedosos. Se aplican en un tiempo determinado. No constituyen leyes universales por la variación de los contextos.

Tipo de Diseño

Según Yuni Urbano los tipos de investigación van desde el descubrimiento y la exploración de las variables involucradas en el objeto de estudio, hasta la comprobación de las relaciones causales.

Los estudios de mayor complejidad y profundidad suponen la superación de los niveles de conocimiento previo del objeto de estudio.

Las características que definirán al estudio de caso son:

Descriptiva: El fin de la investigación es precisar las características de una situación particular, en un contexto específico.

Explicativa: Determina las relaciones causa efecto que subyacen a los fenómenos observados.

Fuentes, método y técnicas para la recolección de datos

Las fuentes empleadas a lo largo del trabajo de investigación estarán compuestas por:

- **Fuentes primarias**

Observación directa.

Técnicas de recolección de datos

Entrevistas a informantes clave.

Observación Contextual

- **Fuentes secundarias**

Bibliografía, otorga el soporte teórico – conceptual al análisis y hemerografía específica en relación al tema.

Artículos especializados con respecto al uso de la herramienta WhatsApp.

Cronograma de actividades

Actividades	Mayo - Agosto	Junio - Septiembre	Junio - Julio	Agosto - Setiembre	Octubre- Noviembre
Elaboración del diseño	*				
Búsqueda y elaboración conceptual	*	*			
Análisis de datos			*	*	
Análisis de textos			*	*	
Interpretaciones Conclusiones y aportes				*	*
Entrega tesis					*

CAPITULO 2

MARCO TEORICO

MARCO TEORICO

Capítulo 2: Relaciones Públicas

Origen del Concepto

Data sus orígenes hacia finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, es un fenómeno cuyo despegue y consolidación ha acontecido a lo largo de la presente centuria.

Las relaciones públicas han pervivido sujetas a regímenes en los cuales existía libertad de información, tanto para difundir y recibir informaciones como para crear empresas informativas.

El término relaciones públicas, desde el principio sometido a discusión acerca de su idoneidad, ha logrado mayor reconocimiento en la cultura anglosajona, especialmente en Estados Unidos. Un porcentaje muy alto de las corrientes teóricas norteamericanas, han sido adoptadas por investigadores y profesionales del resto del mundo. En Europa Occidental, más que enriquecer esta disciplina, ha pretendido hallar otras formulaciones para explicar la comunicación institucional.

Según ha sido averiguado por investigadores estadounidenses, la expresión pudo haber sido utilizada en la esfera política de Estados Unidos, primero, y en su mundo empresarial, más tarde.

Resulta difícil atribuir con rotundidad el origen a un personaje u otro, ya que se trata de una locución ambigua y general.

A lo largo del siglo XIX y hasta principios del XX, relaciones públicas convivió con otros términos que designaban dicha práctica, como *press agentry* o *publicity*.

Estos dos vocablos dominaron en el habla social y profesional hasta la publicación de la primera obra teórica de Edward Bernays, *Crystallizing Public Opinion*, a través de la cual se popularizó la denominación *public relations counsel*, la figura más destacada de la naciente profesión, Ivy L. Lee, llamaba a su trabajo por el nombre con el que designaba cualquier tarea comunicativa en favor de una persona u organización. Si bien el origen exacto de la expresión relaciones públicas es arduo de precisar, no cabe duda de que su extensión se debe al afán de Bernays, quien difundió incansablemente el término y su sentido en todos los foros que accedió.

La noción de relaciones públicas nació en un marco democrático, donde la libertad de expresión y la igualdad política y social de todos los ciudadanos eran derechos reconocidos por la constitución. En un contexto en el que se admitía la soberanía compartida de personas e instituciones, parece necesario articular un espacio público en el que confluyen ideas y opiniones de cualquier origen, a fin de que el encuentro entre unas y otras emergieran los postulados que habían de marcar el destino de la sociedad en todos los órdenes. El primer paso para crear dicho espacio había consistido en el establecimiento de un espectro amplio y variado de medios de comunicación, que trataban de hacer llegar a la ciudadanía los acontecimientos de la nación. El segundo paso, y aquí aparece la función de las relaciones públicas, estribaba en facultar a personas e instituciones para abrir cauces propios de comunicación con sus públicos específicos, o con la comunidad en general, sin depender solo de la acción mediadora de las empresas informativas.

La tarea obedecía a dos razones, por un lado, personas y organizaciones que querían darse a conocer y promover sus intereses en el todo social; por otro lado, el conjunto de la sociedad, de acuerdo con el espíritu igualitario de la democracia liberal.

Aunque las distintas teorías de las relaciones públicas han buscados diferentes caminos, todas parten de similares consideraciones.

En cuanto a la naturaleza de la comunicación, las relaciones públicas muestran una diferencia radical con respecto a la figura afín de la propaganda. Mientras la propaganda exhibe un modelo comunicativo unidireccional, con casi nula participación del receptor, las Relaciones públicas, desde la primera propuesta teórica, se sustentan en un modelo que ha sido nombrado bidireccional o de doble sentido, ya que existe un intercambio deliberado de información entre los interlocutores y el propósito de reclamar el curso de los destinatarios.

La caracterización bidireccional del proceso comunicativo es una consecuencia lógica de los presupuestos políticos y de información a partir de los que se desarrollan las relaciones públicas. Cobra relieve no solo porque se reconozca una relación informativa más equilibrada, sino también porque lo que espera más allá del acto de relaciones públicas es el establecimiento o la consolidación de una relación social.

El concepto de relaciones públicas ha sido cronológicamente el primero en explicar los fundamentos de la comunicación institucional. Desde las relaciones públicas se entiende la comunicación social como un proceso en el que ambas partes intercambian información en alguna medida. Si bien tanto desde el campo doctrinal como de la práctica profesional se han seguido caminos diferentes para definir la actividad, en todas las perspectivas se ha alcanzado una conclusión similar: las relaciones públicas colocan a las instituciones al servicio del interés general.

Capítulo 2.1: La Planificación

Cuando se habla de planificación, siempre se asocia a conceptos como organizar, ordenar, coordinar, prever. Está claro que la idea central es fijar cursos de acción con el propósito de alcanzar determinados objetivos, mediante el uso eficiente de los medios. Se trata de crear alternativas.

Para acercarse a una idea más clara es importante saber el ¿por qué planificar? Partiendo desde la cotidianidad hasta las prácticas sociales e institucionales, es fácil constatar que permanentemente casi todas las actividades humanas los medios y recursos son escasos, mientras los objetivos a alcanzar son múltiples y diversos.

Para resolver esta situación, que se da en diversos campos, es necesario realizar un análisis y un diagnóstico sobre la realidad y el contexto en donde se va a actuar, para tomar decisiones y proceder a la acción, para obtener los resultados previstos o deseados.

Teniendo en claro lo expuesto, la planificación aparece como una función inherente a todo proceso de acción o de actividades que procura alcanzar determinados objetivos. Para un mayor rigor científico se puede mencionar tres conceptos que aparecen ligados estrechamente:

- 1. Racionalidad**
- 2. Conocimiento de la realidad**
- 3. Adopción de decisiones**

En otros términos, es necesario planificar porque hay que reducir incertidumbres, sobre la base de un mejor conocimiento de la realidad (diagnóstico) y la previsión de lo que puede acontecer de mantenerse algunas situaciones (prognosis). Con esa información se puede realizar un análisis e interpretación, se puede elaborar un diagnóstico que sirva para determinar la manera más adecuada de que se va a hacer, como, cuando, donde y con qué.

Para eso hay que utilizar métodos y procedimientos que permitan introducir organización y racionalidad a la acción.

Esta racionalidad se define en función de la utilización que se hace de recursos escasos para lograr la máxima utilidad posible. Implica la selección de alternativas y se traduce en el desarrollo de programas a través de un conjunto de actividades tendentes a garantizar el logro de las finalidades propuestas. Esta forma de introducir organización y racionalidad a la acción es lo que se denomina planificar o planificación.

La planificación suministra un marco como referencia, que orienta, predetermina un conjunto de acciones operacionales que:

- supone un conocimiento de la realidad.
- procura incidir con el fin que cambie “la situación inicial”, por otra llamada “situación objetivo” (a la que se quiere llegar).
- sienta las bases para una toma racional de decisiones, se traducen en una serie de actividades. Se trata de construir un futuro.

Sustantivamente planificar es un esfuerzo por influir en el curso de determinados acontecimientos, mediante las acciones deliberadas de algunos actores sociales.

Formalmente significa incidir de una manera organizada y formalizada sobre determinados procesos y acciones conducentes al logro de ciertos objetivos y metas propuestos.

Operacionalmente se expresa en la utilización de determinados procedimientos, con el propósito de introducir organización y racionalidad a un conjunto de actividades consideradas pertinentes para el logro de determinadas metas y objetivos.

Planificar es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos o limitados.¹

Para poder tener una visión más amplia del concepto de planificación, a comienzos de los años setenta, en un documento de las Naciones Unidas se definió a la planificación “como el proceso de elección y selección entre cursos alternativos de acción con vistas a la asignación de recursos escasos, con el fin de obtener objetivos específicos sobre la base de un diagnóstico preliminar que cubre todos los factores relevantes que pueden ser identificados”².

Existen una gran variedad de definiciones sobre lo que es planificación.

“Planificar es el proceso de preparar un conjunto de decisiones para la acción futura, dirigidas al logro de objetivos por medio preferibles”

A partir de esta definición, se caracteriza la planificación a través de los siguientes elementos:

- **Planificar** es un proceso, es una actividad continua y unitaria que no termina con la formulación de un plan determinado, sino que implica el reajuste permanente entre medios, actividades y fines, sobre todo, de caminos y procedimientos a través de los cuales se pretende incidir sobre algunos aspectos de la realidad.

¹ Ander - Egg. Introducción a la planificación. 1991

² Naciones Unidas, “International Social Development”.1971

Esos reajustes se hacen de acuerdo con una estrategia que tiene en cuenta los diferentes actores sociales y factores contingentes que actúan e inciden en el mismo escenario en que se desarrolla el plan o programa.

- **Preparatorio** de un conjunto de decisiones que deben ser formuladas por los responsables de elaborar el plan o programa. Estas decisiones deben ser aprobadas por quienes tienen poder político, con el propósito de ser realizadas.
- **Un conjunto...** su carácter específico es el tratar con un conjunto de decisiones, decisiones sistemáticas relacionadas entre sí, dentro de una situación dinámica e interactiva.
- **Decisiones para la acción.** La planificación es una actividad con una intencionalidad eminentemente práctica. Se planifica para la acción y no para otros objetivos.
- **Futura.** La planificación es siempre una actividad que se concierne al futuro. El futuro que prevé la planificación está expresado operativamente en lo que en el lenguaje de la planificación estratégica se denomina “situación objetivo”.
- **Dirigido al logro de objetivos.** “Aquellos” que se va a hacer en objetivos concretos y bien definidos, traducidos operacionalmente en metas para obtener los resultados previstos. La planificación supone las posibilidades de una relación de causalidad entre lo decidido (programado), lo realizado (ejecutado) y los resultados obtenidos.

- **Por medios preferibles.** Se trata de identificar los medios preferibles con respecto a un *input* de recursos disponibles.

Este aspecto puede definirse como el arte de establecer procedimientos para la organización de las relaciones entre medios y objetivos. Al mismo tiempo proporcionar normas y pautas para la toma de decisiones coherentes, compatibles e integradas, que conducen a una acción sistemáticamente organizada y coordinadamente ejecutada.

Para una planificación eficaz

Desde un punto de vista técnico, la planificación puede ser eficaz o ineficaz, más o menos eficaz o más o menos ineficaz. Su eficacia, consiste principalmente en lograr lo que como disciplina se propone.

Considerada desde un punto de vista normativo, la planificación es eficaz cuando:

- Instrumentaliza e implementa adecuadamente una política. Traduce operativamente lo que quiere realizarse en un espacio y tiempo determinado.
- La realización del plan implica un cambio efectivo y positivo respecto de la situación anterior.

Desde el punto de vista táctico/ operativo, la planificación es eficaz cuando:

- A.** Sus instrumentos expresan en la práctica la capacidad e idoneidad para transformar la realidad.
- B.** Propone objetivos que son alcanzables, teniendo en cuenta no solo los recursos y los medios disponibles, sino también la viabilidad política, económica, social, cultural, ecológica y ética, de acuerdo con el marco, contexto o escenario en donde se elabora y se ejecuta el plan.

- C. Si la elección de los medios asegura el logro de los objetivos con la mayor eficacia y al mayor ritmo posible, y con el menor costo financiero, humano y social posible. Es el principio de la máxima eficacia.
- D. Cuando se establece un curso de acción escalonado y continuo, en el cual se indican diferentes etapas y modalidades del proceso.
- E. Cuando orienta la toma de decisiones y establece las diferentes etapas, de modo que haya entre ellas coherencia, compatibilidad, consistencia, operatividad e integralidad.

La planificación como estrategia.

Dos alcances diferentes:

- la planificación como elaboración de planes, programas y proyectos;
- la planificación como proceso y estrategia.

Lo que se planifica, obviamente debe presentarse en un documento escrito, pero la planificación no se agota en eso. No hay que confundir la idea de planificación con la modalidad de un plan - libro.

Se debe tener en cuenta a la planificación como una dinámica de cálculo que precede y preside la acción, que no cesa nunca, que es un proceso continuo que acompaña la realidad cambiante. Considerar la planificación como proceso, implica plantearse varias cuestiones:

- Concebir la planificación como algo que se realiza permanentemente
- Suponer un “sistema de planificación”, en el que se elaboren planes y programas constantemente, como un plan situacional. Implica la concertación de todos los actores sociales involucrados en la sociedad global, una efectiva coordinación y comunicación entre los responsables de llevar a cabo los programas y los responsables de formularlos.

Crisis y vigencia de la planificación

Se ha insistido en la necesidad consiguiente de una acción coherente, y sostenida en el medio y largo plazo, que asegure la adecuada asignación de recursos para superar las dificultades presentes y abrir el camino hacia el futuro. Tres problemas que subyacen en la crisis de planificación:

- **Planificación y racionalidad:** La planificación introduce racionalidad a la acción.

Pero ¿que implica la racionalidad? Partiendo del supuesto de que el hombre es capaz de tomar decisiones racionales, siempre que tenga acceso a una información concreta y suficiente. La realidad suele desmentir este supuesto. Cuanto más grandes son los desafíos que se enfrentan y más problemas hay que resolver simultáneamente, mayor es la necesidad de planificación.

La posibilidad de introducir una creciente racionalidad dentro de las acciones de tipo social, cultural y económico, puede lograrse por un conjunto de disposiciones basadas en la investigación empírica de la realidad y de la programación de las acciones a realizar. Se deben llevar a cabo partiendo del supuesto que dentro del contexto la gente no actúa siempre de acuerdo con la racionalidad.

Se dice que lo racional es lo específicamente humano. Lo cierto es que las acciones a lógicas irracionales son lo normal en la vida social.

Lo que conviene destacar son las potencialidades de la programación, es la conveniencia de trabajar/ planificar, teniendo en cuenta dos realidades:

- No dar por sentado la conducta racional de todo quehacer humano; las pretendidas propuestas racionales de la planificación se mueven en un conjunto de irracionalidades.

- En la planificación desde la administración pública, se suelen hacer programas en donde se realiza o pretende aplicar una programación construida por un complejo cruce de intereses, intrigas, trampas, coimas, irresponsabilidades, y una variada gama de actuaciones que difícilmente garanticen un “curso de acción racional”.

La planificación no puede limitarse a la pura racionalidad para transformar una situación. Hay que accionar sobre una realidad, es la tarea propia de la política. En consecuencia, no existe ninguna posibilidad de una planificación eficaz, sin articulación con la conducción política.

- **Planificación y política:** La efectividad de la planificación es una cuestión de decisión política “un plan es un medio, no un fin”. Para que la planificación sea efectiva es necesario que la autoridad política quiera hacer, esté dispuesta a hacer, ósea, llevar a la práctica lo que ha planificado.

Toda planificación es mucho más que un proceso de racionalidad en la toma de decisiones; es la instrumentación de un proyecto.

A modo de síntesis, se marcan dos cuestiones:

- la planificación, que supone racionalidad, se realiza en un medio en donde la racionalidad en la toma de decisiones no es la tónica dominante.
- la planificación es una cuestión de decisión política.

Decisión racional y acción racional:

Siguiendo a Edgar Morín, “la racionalidad es la aplicación de los principios de coherencia, a los datos proporcionados por la experiencia”. Relacionada con la planificación, la racionalidad consiste en introducir coherencia a una serie de acciones conscientes, encaminadas a la consecución de determinados objetivos.³

³ Edgar Morín. Para salir del siglo XX. 1981

A la luz de la definición, cabría indicar los diferentes elementos que componen la racionalidad propia de la ciencia.

- Los datos de la experiencia.
- Los métodos y técnicas para estudiar esos datos
- El marco teórico referencial, que orienta el discurso teórico, ofreciendo un sistema de clasificación y de categorías de análisis, permitiendo, además, incorporar los hechos y las hipótesis, dentro de un cuerpo general que posibilita la unificación sistemática del conocimiento científico.
- El paradigma configura una constelación de valores, creencias, problemas, y técnicas que proporcionan un modo de organizar la lectura de la realidad.

Es importante destacar que la toma de decisiones racionales es una condición necesaria para la acción racional, pero ello no es suficiente para que la práctica sea racional. En efecto, un conjunto de toma de decisiones racionales no necesariamente implica, y asegura una acción racional.

La planificación no se debe tomar como una varita mágica, que opera eficazmente por sí misma. Los planes, por muy bien elaborados que estén, no tienen una “ejecución” o “realización” aseguradas. Formular un plan no es realizar un plan.

Toda práctica tiene una posibilidad limitada de racionalidad, porque frente a la magnitud y complejidad de los problemas, la capacidad humana de plantearlos y resolverlos tiene evidentes limitaciones.

La planificación sería más útil, si los agentes encargados de formular planes aceptaran las limitaciones impuestas por la psicología humana o por los condicionamientos culturales. Suele haber una cierta falta de realismo al apoyarse en presunciones o supuestos falsos o insuficientes acerca de la conducta humana, en no prestar suficiente atención a las implicaciones prácticas de los aspectos sociales y culturales.

¿Qué hacer para incorporar todos estos condicionamientos y para disminuir o acortar la brecha que existe entre la formulación y la realización de la planificación?

Se distingue lo siguiente:

- en primer lugar, hacer referencia a las cualidades para superar las dificultades, es decir, los agentes que actúan sobre la realidad social;
- hacer referencia a una planificación estratégica, como formulación científica y técnica.

Planificar es usar procedimientos para introducir organización y racionalidad a la acción, con el propósito de alcanzar determinadas metas y objetivos.

La planificación es una forma de sistematización del sentido común.

Desde el punto de vista operativo y en su dimensión más elemental, no es otra cosa que dar respuestas a diez cuestiones básicas, para comenzar a organizar la mente para la acción.

Preguntas fundamentales:



Frente a cualquier ¿qué hacer?, las respuestas a estas diez cuestiones nos proporcionan los datos e información para poder tomar una serie de decisiones que permitan introducir organización, racionalidad, compatibilidad y coherencia a la acción. Estas preguntas y las respectivas respuestas, ayudan a considerar y descartar propuestas con el fin de hacer diseños, que tengan algunas posibilidades de realización. Se plantea como un modo para ir organizándose mentalmente de cara a la realización de determinadas actividades, una sistematización del sentido común.

Frente a las cambiantes situaciones, la flexibilidad y la estabilidad son necesarias para afrontar los factores y problemas contingentes que no se pueden prever:

- **Adaptabilidad:** hace referencia a la capacidad de evolucionar en función de los cambios de la situación o de las circunstancias en que se desenvuelven las diferentes acciones programadas.
- **Fluencia:** es la capacidad de convertir los problemas y los riesgos en nuevas oportunidades. Se trata de aprovechar los nuevos emergentes o nuevas situaciones que, se procura aprovecharlas para lograr los objetivos propuestos, aun cuando haya que seguir caminos no previstos.
- **Sinergia:** es la forma de potenciar un programa mediante la organización, articulación y coordinación de las diferentes acciones y/o acciones, a fin de que cada una de ellas refuerce la acción y potencialidades de las otras.
- **Capacidad de análisis:** para saber distinguir y separar las partes de un problema y hacer una apreciación sistemática y crítica, dividiendo un problema en sus partes, relacionando todas y cada una de ellas entre sí y con la totalidad de que forman parte.
- **Capacidad de síntesis:** Se trata de comprender las partes que configuran una realidad, y la totalidad como algo más que la suma de las partes.

Cada situación- problema que se afronta tiene en su especificidad algo inédito, no es una simple copia o repetición de otra situación. Se necesita de capacidad creativa; ideas nuevas para responder para responder a las nuevas situaciones. Esta capacidad es la que permite, en cada caso, encontrar el *viaje inédito*. Es viable porque para actuar frente a una situación concreta, debe ser realizable, factible, posible de llevar a cabo, se dice inédito, porque toda nueva circunstancia tiene algo de irrepetible. Darse cuenta de qué es lo que tiene de inédito una situación consiste en captar la especificidad de la misma y adaptar las formas de actuación a esa realidad.

Para concluir se necesita de eficacia y eficiencia operativa para actuar transformadoramente sobre la realidad y para saber dar respuesta a la pluralidad de situaciones que se afrontan. Esto conduce a una mejor articulación entre “lo decidido” y “lo realizado”. La dificultad de todo esto tiene dos dimensiones: saber traducir las ideas en acción y estar en condiciones de afrontar y responder los cambios inesperados que se producen.

Para ahondar en algunas consideraciones, es útil poner en evidencia un aspecto que condiciona la tarea de los planificadores: la concepción antropológica subyacente. En la elaboración y formulación teórica técnica-operativa de la planificación tradicional, se parte, fundamentalmente, de las nociones de *homo sapiens* y de *homo faber* (el hombre técnico que hace cosas). Esta es una concepción reductora del hombre; no ve sus otras dimensiones: la de *homo ludens*, con lo que se excluye la fiesta, el humor, la broma, el sentimiento, y la de *homo demens*, y con ello se prescinde de todo lo que tiene el hombre de poesía y arte, de sueño y delirio, de locura y horror.⁴

Cuando una forma de intervención social se apoya en una concepción antropológica y reductora, ello incide luego en su propia práctica.

⁴ Morín. Análisis del hombre. 1981

Si a ello se agrega el pensamiento unidimensional, no es extraño que la planificación haya descuidado la diversidad y multidimensionalidad de la realidad que se deriva de la complejidad de los seres humanos, y de sus diferentes formas de interacción y retroacción.

No solo hay un manejo insuficiente de variables, el principal error proviene de creer que las variables que manejan son suficientes para actuar sobre la realidad. Se ignoran, de hecho, otras variables que actúan sobre la realidad social.

Cobertura temporal: planificación a largo, mediano y corto plazo.

Conforme a la dimensión temporal, se pueden clasificar según el periodo de vigencia, distinguiendo entre largo, mediano y corto plazo. Esta distinción que tiene en cuenta el horizonte de tiempo según sea el periodo de realización, es convencional en cuanto a su alcance.

Largo plazo: tiene objetivos de realización en periodos que van de 6 a 10 años. Es el plazo de los llamados planes de prospectiva, en los que se establecen los grandes objetivos económicos, sociales, políticos y culturales.

Mediano plazo: son planes que tienen metas de realización que cubren periodos que van desde 3 a 6 años; a esta categoría suelen pertenecer los planes quinquenales.

Corto plazo: generalmente son situaciones que comprende en el lapso de un año y frecuentemente hace referencia a la coyuntura, puesto que de ordinario trata de conciliar y ajustar lo coyuntural con el mediano plazo.

Por ser la planificación un proceso y tener carácter permanente, supone la integración de los planes a largo, mediano y corto plazo como referente direccional que da sentido y orientación al conjunto de actividades consideradas dentro de un proceso temporal.

Cuando se trata de programas que se realizan en escala micro social, los criterios convencionales, en cuanto a duración de los plazos, son los siguientes:

- largo plazo: de 3 a 5 años
- mediano plazo: de 1 a 3 años
- corto plazo: lapsos menores de 1 año en los que se articulan decisiones coyunturales.

Estos periodos para designar el largo, mediano y corto plazo cuando se habla de una planificación general.

El valor de la planificación en las Relaciones Públicas

El segundo paso en el proceso de las relaciones públicas, tras la investigación, es la planificación, es esencial que se piense detenidamente en lo que hay que hacer, y con qué secuencia para alcanzar los objetivos de la organización.

La planificación de las relaciones públicas debe ser estratégica. Un profesional tiene que reflexionar sobre la situación, analizar qué es lo que se puede hacer, pensar de forma creativa en las estrategias y tácticas adecuadas, y decidir cómo se van a medir los resultados. La planificación implica coordinar múltiples métodos para alcanzar determinados resultados.

Si se presta atención a una planificación se evita tener que realizar una comunicación improvisada y poco eficiente. Si se tiene un plan de lo que se va a hacer, y de cómo se va a ejecutar, se consigue que los programas sean más efectivos y que las relaciones públicas sean más útiles para la organización.

La mejor planificación es aquella que es sistemática, el proceso de recopilar información, analizarla y aplicarla de forma creativa con el propósito específico de alcanzar un objetivo.

Dirección por Objetivos

El planeamiento más conocido es el proceso denominado dirección *por objetivos*. La idea consiste en formular una estrategia que permitirá alcanzar un objetivo determinado de la organización. Norman R. Nager y T. Hamel Allen, en su libro *Public Relation Managment by objectives*, analizan los nueve pasos básicos que pueden ayudar al profesional de las relaciones públicas a planificar todo.

1. Objetivos del cliente: ¿cuál es el objetivo de la comunicación? y ¿cómo facilita el logro de los objetivos de la organización? Los objetivos específicos como lograr que los consumidores conozcan la alta calidad del producto tiene más sentidos que hacer que la gente conozca el producto.
2. Audiencias/ públicos: ¿A quién debe ir dirigido el mensaje? ¿Cuáles son las características del público? ¿Cómo se puede utilizar la información demográfica para estructurar el mensaje? El público básico para una campaña dirigida va a fomentar dirigirse a un público específico no a un público en general.
3. Objetivos de los públicos: ¿Qué es lo que quiere saber el público? ¿cómo se puede concretar el mensaje al interés de la misma?
4. Canales de comunicación: ¿Cuál es el canal adecuado para llegar al público objetivo y cómo se pueden utilizar múltiples canales para reforzar el mensaje enviado a los públicos clave?
5. Objetivos de los canales de comunicación: ¿por qué una determinada publicación estaría interesada en la información?
6. Fuentes y preguntas: ¿Qué fuentes de información, primarias y secundarias, se necesitan para obtener los hechos que sustentan el mensaje? ¿qué expertos deben ser entrevistados? ¿Qué bases de datos hay que consultar?

7. Estrategias de comunicación: ¿Qué factores del entorno pueden afectar a la difusión y aceptación del mensaje? ¿Los públicos objetivos están a favor o en contra del mensaje?
8. Esencia del mensaje: ¿Cuál es el efecto esperado de la comunicación sobre el público? ¿el mensaje esta simplemente diseñado para informar, o para cambiar las actitudes y comportamientos?
9. Apoyo verbal: ¿Cómo se puede realzar un mensaje con fotografías, gráficos? Los gráficos de barra son más fáciles de entender que las columnas con números.

Todo plan de las relaciones públicas incluye ocho componentes

- Situación
- Objetivos
- Público
- Estrategia
- Tácticas
- Plazos temporales
- Presupuesto
- Evaluación

Situación

Existen tres tipos de situaciones que pueden crear la necesidad de elaborar un programa de relaciones públicas: 1. la organización tiene que aplicar de inmediato un programa para resolver un problema o una situación que afecta de forma negativa a la organización; 2. la organización tiene que realizar un determinado proyecto; 3. la organización quiere reforzar sus esfuerzos para preservar su reputación.

Los acontecimientos específicos suelen requerir programas de relaciones públicas.

Objetivos

Una vez que se ha entendido la situación o el problema, el objetivo establecido debe valorarse preguntando: ¿se ajusta realmente a la situación? ¿Es realista y alcanzable? ¿Puede medirse el éxito?

Los objetivos no deben ser “medios” sino “fines”, suelen definirse en función de los resultados del programa en lugar de las necesidades del mismo. Resulta particularmente importante que los objetivos de relaciones públicas refuercen y complementen a los de la organización.

Público

Una investigación de mercado permite identificar cuáles son los públicos clave en función de factores como la edad, la clase social, la educación, las propiedades que poseen los modelos de consumo de determinados productos, así como el lugar de residencia.

Estrategia

La definición de la estrategia describe cómo se va a alcanzar, en teoría, un objetivo, ofreciendo líneas directrices y temáticas para el programa global. Se puede destacar una estrategia general, o bien el programa puede tener diversas estrategias, en función de los objetivos, y los públicos seleccionados.

El componente estratégico de un plan del programa de relaciones públicas debe expresar los mensajes y temáticas claves que deben reiterarse a lo largo de toda la campaña en todos los materiales informativos.

Tácticas

Es la parte central del plan en la que se describen, de forma secuencial, las distintas actividades que se van a utilizar para llevar a la práctica las estrategias y conseguir alcanzar los objetivos definidos.

Las tácticas implican la utilización de herramientas de comunicación para llegar a los públicos primarios y secundarios con los mensajes claves.

Calendario/ Plazos temporales

Los tres aspectos básicos del calendario de un plan son los siguientes:

1. decisión de cuándo se debe realizar
2. determinación de la secuencia adecuada de actividades
3. recopilación de la lista de actividades que deben llevarse a cabo para obtener el producto final.

Los aspectos son importantes para poder obtener la máxima efectividad posible, se debería tener en cuenta el contexto de la situación, y el momento en que los mensajes adquieren máximo significado para el público clave.

Presupuesto

Ningún plan está compuesto sin un presupuesto. La pregunta es ¿cuánto costará este programa? En muchas ocasiones se adopta el planteamiento contrario. Las organizaciones definen la cuantía que se debe gastar, y piden al personal de relaciones públicas que diseñe un plan que refleje cómo se distribuye la cantidad presupuestaria.

Evaluación

Es el elemento del plan que compara los objetivos establecidos en el plan con los conseguidos, estos objetivos deben ser mensurables para poder demostrar que el plan alcanzó su propósito. Los criterios de evaluación deben ser realistas, creíbles, específicos, y ajustados a las expectativas.

Capítulo 2.2: Hacia un concepto de comunicación institucional

Existen conceptos diversos de Comunicación Institucional, que tratan de satisfacer las exigencias de lectores que quieren estudiar las tendencias fundamentales de la disciplina y desean seguir la evolución de sus distintas modalidades profesionales.

En los años 70 comienza el movimiento por la responsabilidad pública de las organizaciones, y la profesión se centra en el análisis de la comunicación con los públicos (Bowen, 1978; Cardwell, 1997; Cornelissen, 2008; Míguez, 2010). Para Cornelissen (2008), en la actualidad se entiende por Comunicación Institucional la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de los que la organización depende. Esta definición resume diversos elementos presentados a lo largo de la historia de la profesión.

En términos generales, refuerza la visión funcional de la Comunicación Institucional que introduce el concepto de públicos e intenta proyectar la idea de dependencia recíproca entre la empresa y los diferentes colectivos genéricos de una organización.

Para Dolphin (2001), el ejecutivo de Comunicación tiene la responsabilidad única de asegurar que la opinión pública y la responsabilidad social se toman en cuenta en las decisiones sobre la empresa y reportan de manera directa a la alta dirección.

Dentro de esos reportes, sostiene el autor, figura la información a los directivos sobre las reacciones de los públicos frente a las acciones de la organización, y la investigación sobre problemas, necesidades y cuestiones que repercuten sobre la reputación institucional. Según Dolphin (2001, 11), la Comunicación Institucional o Corporativa es una disciplina y un proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización.

Se basa en la comunicación de la institución con stakeholders, aspira a una mayor toma de conciencia, comprensión y aprecio de su identidad y sus principios fundamentales, así como de los productos y servicios que ofrece. Cada organización, sostiene Dolphin (2001, 11), “tiene su propia identidad y reputación. Por lo tanto, la principal función de la Comunicación Corporativa es la gestión de la reputación de la empresa, ayudando a construir un consenso público sobre la organización y sus respectivos negocios. (...)

Tal vez el fin último de la comunicación es mejorar los resultados económicos de la “corporación¹⁰”. Con este concepto de Dolphin se puede entender que las organizaciones tienen la necesidad de comunicar con su entorno de manera integrada, con mensajes coherentes y temas significativos tanto para públicos internos como externos con los que desea tener afinidad.

Por consiguiente, la Comunicación Institucional es un proceso que alimenta relaciones, y además es facilitadora de comprensión, profundización y reconocimiento de la institución. Se trata de un proceso que debe adaptarse a las necesidades, convicciones y aspiraciones de los públicos, un proceso que debe formar una parte esencial de la estrategia corporativa, y que puede tener un impacto sobre el rendimiento y en general, sobre las ventajas competitivas de la organización. Las tesis de Dolphin se consideran fundamentales en este artículo porque permiten presentar la Comunicación Institucional como disciplina esencial de la gestión institucional.

Su objeto es garantizar la coherencia del mensaje corporativo y la transparencia de la organización, apoyando de alguna manera las estrategias de Marketing y la Publicidad de las organizaciones: “La Comunicación Corporativa se ha convertido en el marco estratégico que engloba a todos los tipos de comunicación, sea esta de marketing, organizacional o de gestión. Tomadas en conjunto, estas diversas formas de comunicación producen el mensaje completo de la empresa¹¹” (Dolphin, 2001, 58).

Finalmente, otro concepto que sugiere una manera integral de ver y practicar la Comunicación Institucional es de Van Riel (1997). Este autor asegura que la gestión de la Comunicación es una función realizada por directivos con el fin de coordinar hacia dentro y hacia afuera los tipos de comunicación y alinearlos con los objetivos, estrategias y cultura de la empresa. La idea central de Van Riel es la administración de la identidad (comunicación, símbolos y comportamiento de los miembros de una institución). Se intenta crear o mantener una reputación positiva en los grupos con los que la organización tiene una relación de dependencia. Para este autor, desde la perspectiva de la

Comunicación Institucional toda forma de comunicación debe ser orquestada de modo coherente: “La filosofía base que fundamenta esta idea podría describirse como la que dirige la política de comunicación de una empresa desde dentro del triángulo estrategia corporativa - identidad corporativa - imagen corporativa” (Van Riel, 1997, 19).

La comunicación institucional dentro de un Jardín

El clima afectivo creado en una institución es el que permite desarrollar y cumplir los propósitos educativos. Dar la palabra, abrir espacios para el diálogo. La escucha acaricia, acerca, aleja la pena, el cansancio, el murmullo. Es prioritario crear puentes con la comunidad. Es fundamental focalizar la comunicación. Repensar el rol desde la cultura del trabajo colaborativo, el apoyo en la reflexión compartida, la apertura a las innovaciones, el asesoramiento.

Es propósito del nivel inicial la formación de seres críticos, reflexivos, participativos, creativos. Es necesario dar la palabra a los niños para que se apropien de ella, para que cuestionen, para que pregunten, para que se expresen, para que digan lo que sienten. Refiere a la participación como productores de contenidos audiovisuales.

Construir y sostener una continua comunicación con las familias compromete a todo el establecimiento escolar. (Equipos directivo y docente, auxiliares, etc.).

El cuaderno de comunicaciones familia-escuela es un recurso cuyo objetivo apunta a habilitar un tipo de comunicación significativa y con sentido tanto para los docentes como para las familias. ¿Hoy en día se lo utiliza con esa intención? ¿En qué momento deja de ser un medio para “hacer pedidos” ...? Es un valioso recurso para enriquecer la tarea pedagógica. Las entrevistas con las familias se llevan a cabo en distintos momentos del año, donde los actores que la conforman ponen su mirada en el niño como protagonista del proceso de enseñanza y aprendizaje. Es un espacio y un tiempo valioso de intercambio donde se inicia la construcción de vínculos (escuela-docente-familia) basados en la confianza, el respeto y la comprensión, entre otros tantos.

La presencia de diversos recursos audiovisuales en la actualidad

Hoy un recurso audiovisual tiene como objetivo principal filmar la realidad, relatar hechos que han sucedido o que están sucediendo, espacios naturales a los que los alumnos pueden acceder para informarse, reflexionar, diseñar acciones para revertir problemáticas, así como también producirlo en forma sencilla.

Capítulo 2.3. WhatsApp como herramienta de comunicación

Es un servicio de mensajería instantánea cuyo propósito es comunicar, vía Internet y en tiempo real, a dos o más usuarios entre sí por los mensajes de texto (o archivos de audios, videos, imágenes, o ubicación geográfica) enviados. Se trata de un sistema de conversación que se encuentra entre el chat y el SMS (de hecho, el nombre completo de este sistema es Whats App Messenger, y se suele presentar en los medios publicitarios como una “potente y completa alternativa a los mensajes SMS).

Esta aplicación llamada Whats App es un medio de comunicación relativamente nuevo, útil y extendido hoy en día, y además el más usado en el entorno. Ya que permite comunicarse con más de una persona mediante audios, mensajes videos, imágenes o la ubicación geográfica.

Hay una popularidad en el uso de los teléfonos móviles y la posibilidad de crear grupos en redes sociales, intercambiar imágenes, videos, audios y mensajes ilimitados, se pensó en la aplicación Whats App como una nueva forma de herramienta de enseñanza, como ayuda en la relación de sus miembros. Se observa también que esta aplicación facilita la comunicación de los estudiantes tímidos o con dificultades de hablar en público.

Es importante destacar que esta aplicación tiene fuerte capacidad pedagógica, y que permite la unión de los conceptos de movilidad, aprendizaje y velocidad de información fuera de los espacios que antes se tenía de la educación. El Whats App es una aplicación que es parte de la rutina de las personas

Características del WhatsApp

- El emisor y el receptor deben de tener instalada la aplicación, la forma de comunicación es mediante una red de servicio de internet móvil.
- La forma de identificar a los usuarios es por medio del número telefónico.
- Puede ser utilizado por medio de teléfonos inteligentes (Smartphone), como consecuencia funciona bajo un sistema operativo.
- Whats App cuenta con opciones de manejo de la privacidad de la cuenta tales como: marcar quién puede ver tu estado de perfil, desactivar el doble check.
- Permite saber el estado de los demás usuarios y saber si han recibido tu mensaje.
- Además de mensajes puedes enviar: videos, documentos, imágenes, audios, ubicación, historiales, contactos y grabaciones.
- Se pueden realizar video llamadas a todos los usuarios con tan solo estar conectado a una red Wifi o a conexión de internet 3G o 4G
- Cuenta con una plataforma tipo espejo para poder revisar los mensajes desde tu ordenador llamada Whats-app Web. (Ixcot, 2017, p. 39, 40)
- Posibilidad de chatear con varias personas a la vez mediante la opción "Group Chat" accesible desde el menú principal.
- Las normas de puntuación no se respetan, al igual que no suelen acentuarse las palabras.

La característica principal, que diferencia esta aplicación del resto, es la incomparable seguridad y privacidad que ofrece a los usuarios de la misma. Debido a que sus contactos los elige el usuario mismo, contrario a Whats App que, aunque no tengas a determinado usuario entre los contactos, este sí puede enviarte mensajes. Y de igual forma como todas las aplicaciones de mensajería instantánea ofrecen el envío de archivos multimedia y texto dentro de las conversaciones.

Capítulo 2.4. WhatsApp como herramienta educativa

Sabemos que esta aplicación no fue creada para fines educativos, sin embargo, hay que reconocer que su propósito principal es facilitar la comunicación, y la educación parte de una comunicación efectiva.

Por lo tanto, aprovechar la popularidad de WhatsApp para ampliar los canales, a través del cual los Docentes puedan generar un feedback más rápido, transparente y en la misma sintonía por el cual interactúan a diario con los estudiantes.

Se debe planificar y generar estrategias con objetivos bien definidos, a través de reglas claras que permitan aumentar el nivel de comunicación entre los estudiantes y crear un espacio más, para enseñar y aprender colaborando.

Whats App puede servir como una herramienta motivadora e innovadora en el día a día de los estudiantes. Pudiendo generar una participación mayor a la usual en el aula de clases.

Por lo tanto, la utilidad puede ser muy amplia, ya que ofrece, además de mensajes escritos, mensajería de voz, imágenes, fotografías e incluso llamadas por ip a otro celular o dispositivo que lo tenga instalado y se desea hablar.

Aprovechando la ventaja del uso del celular (en cualquier momento del día), el docente puede lanzar una pregunta fuera del horario del aula de clases que invite a la reflexión, el análisis y el debate. Estas interrogantes podrán ser respondidas.

Más allá de lo que podamos discutir en el aula presencial, los distintos formatos que permite Whats App, incluido mensajes de voz, puede facilitar el desarrollo de actividades como compartir infografías, micro relatos, micro videos, que puedan ser creados por ellos mismos, de manera grupal o individual sobre un tema de estudio.

Estas estrategias fomentan la participación activa del grupo, en algunos casos, propicia a ocurrencias humorísticas entre los participantes, siendo esto último beneficiosos para crear un ambiente agradable.

Además, las mejores creaciones pueden compartirse en las redes sociales como material audiovisual y almacenar en un repositorio de conocimientos, como una wiki.

Whats App se convirtió en un canal efectivo para acceder a chicos con poca conectividad para sostener principalmente el vínculo afectivo y dar devoluciones.

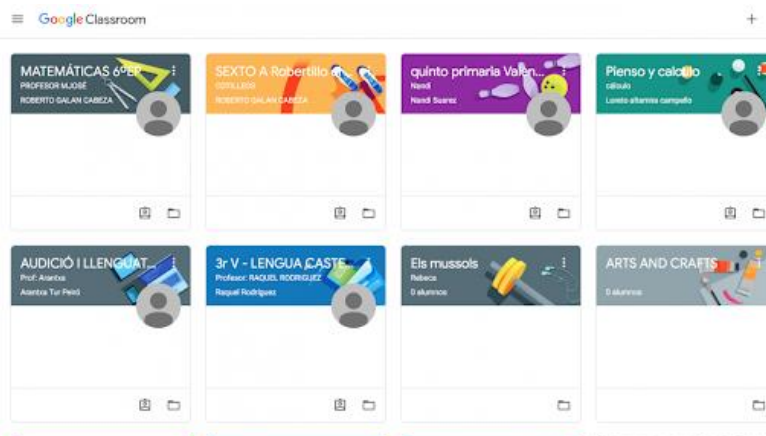
Capítulo 2.5. Otra herramienta virtual para tener en cuenta



Es un servicio web educativo gratuito desarrollado por Google. Forma parte del paquete de G Suite for Education, que incluye Documentos de Google, Gmail y Google Calendar.

Permite la creación de aulas virtuales dentro de una misma institución educativa, facilitando el trabajo entre los miembros de la comunidad académica. Además, sirve como nexos entre profesores, padres y alumnos agilizando todos los procesos de comunicación entre ellos.

A partir de una página principal se van creando aulas con alumnos y jugando. En cada una de dichas aulas el profesor puede asignar tareas con textos, audios, fotos y vídeos. Al mismo tiempo puede poner avisos, crear encuestas o recibir respuestas de los alumnos. Está disponible en un amplio número de idiomas, concretamente 42. Además, funciona en los más conocidos dispositivos móviles y lectores de pantalla. Las



instituciones educativas que estén interesadas pueden entrar a esta página y probarlo.

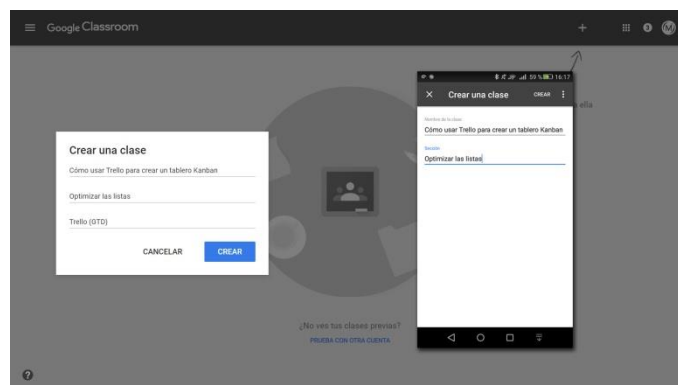
Esta herramienta forma parte de G Suite for Education, un programa que pretende introducir variedad de dispositivos y aplicaciones con finalidades educativas.

La colaboración profesor-alumno sucede a través de sus cuentas de G Suite. Cada alumno tiene su propio drive con capacidad ilimitada.

Los profesores pueden adjuntar archivos para que los alumnos los vean o editen. Además, puede incluso crear una plantilla editable.

Los alumnos son capaces de trabajar en un mismo documento desde diferentes computadoras en tiempo real compartiéndolo a través de Google Drive. Esto fomenta el trabajo colaborativo con el uso de las TIC.

Los profesores pueden ver los progresos que hacen los alumnos, comentar en los archivos de estos o editarlos en tiempo real. Una vez entregados y evaluados, los archivos ya no pueden volver a ser modificados por el alumno.



Como herramienta para llevar a cabo procesos de aula invertida, de las que se pueden citar múltiples ventajas:

-El alumno pasa a ser, desde el primer momento, el protagonista de su propio aprendizaje.

Son sujetos activos, adquieren responsabilidad, interaccionan y participan. Tienen un alto grado de compromiso para con su propio aprendizaje.

-Tiempo extenso para revisar conceptos teóricos y usar la clase para resolución de dudas, de manera individual o incluso colectiva.

-Diversidad de alumnado atendida. El profesor encarga actividades diversificadas adaptadas a todo tipo de alumnado.

-Aprendizaje más significativo. Menos memoria y mejora de aprendizaje que perdure en el tiempo, que realmente les sirva para defenderse en la sociedad.

- Desarrollo de competencias mediante el uso de las TIC, trabajo colaborativo, autonomía del alumnado, etc.
- Aumento de la motivación. El aprendizaje pasa a ser un proceso divertido. El alumno no memoriza tanto. Adquieren habilidades, les hace autónomos.
- Para consultar y reutilizar cursos ya terminados: una vez que un curso ya se ha archivado, los estudiantes y profesores pueden verlo, pero sin hacer cambios hasta que se restablezca.
- Para tener retroalimentación habitual entre padres y alumnos de manera sencilla.
- Para compartir ejemplos de trabajos con los alumnos.
- Para crear subdivisiones de grupos de alumnos en cada clase (por ejemplo, alumnos con el mismo nivel de conocimientos matemáticos).



Aplicación móvil

Existen aplicaciones móviles de Classroom tanto para Android como para iOS. El desarrollo de las aplicaciones es independiente, por lo que no todas las funciones están disponibles para ambas plataformas al mismo tiempo.

Con la aplicación, los profesores pueden entre otras cosas crear clases, publicar contenidos a las clases, comunicarse con los estudiantes o ver tareas. Asimismo, alumnos y profesores pueden sacar fotos o videos y adjuntarlos en las tareas, o también existe la posibilidad de añadirlos de otras webs.

Otra de las utilidades de esta aplicación es la posibilidad de utilizar la clase offline. Ésta se guarda en la memoria cada vez que se abre la App con una conexión a internet. Si además se instala la aplicación Google Docs. es posible editar documentos de Google Classroom desde el teléfono/tablet.

¿Cómo obtener la aplicación Classroom?

La aplicación Classroom está disponible para Android e iOS en App Store. Existe un apartado de preguntas frecuentes donde los profesores pueden obtener información sobre las funciones de la misma. La aplicación para Chrome OS se puede descargar en Chrome Store.

CAPITULO 3

MARCO CONTEXTUAL

MARCO CONTEXTUAL



Hace 10 años atrás nació la idea de construir el Jardín Maternal Tortuguitas, se buscó transmitir el mensaje maravilloso de aprendizaje entre juegos junto a las familias y las maestras.

El jardín tiene como finalidad generar situaciones de aprendizajes apropiadas para el desarrollo integral de los niños, considerando todos los aspectos de su personalidad, inserto en un contexto familiar, comunitario y cultural.

Cotidianamente los niños reciben estímulos apropiados para poder expresarse libremente construyendo sus propios aprendizajes a través de juegos, paseos, jornadas recreativas junto a mama, papa, hermanos. Así como también, se trabaja en forma integral, junto con las áreas curriculares Música, Educación Física, y las áreas de inglés.

En relación con los alumnos, el jardín busca:

- Generar vínculos de afectos y confianza que brinden seguridad en las capacidades y deseos de aprender.
- Asegurar la enseñanza de conocimientos socialmente significativos que amplíen las experiencias sociales fomentando aprendizajes.
- Favorecer el desarrollo de sus capacidades de comunicación y expresión.
- Promover la integración grupal y la articulación de las diferencias personales en el desarrollo de tareas.
- Ofrecer oportunidades de desarrollo de capacidades creativas, explorar y conocer la participación de actividades colectivas.
- Promocionar el cuidado preventivo de la salud.



En relación con los grupos familiares:

- Integrar en la tarea educativa a los adultos responsables de cada niño, propiciando una comunicación fluida, diálogos constructivos y respeto mutuos en la búsqueda de criterios compartidos para la crianza de los niños y la tarea escolar.
- Argumentar las decisiones institucionales que favorecen la trayectoria formativa de los niños y niñas.



En relación con los equipos de trabajo:

- Fomentar la constitución de equipos de trabajo que participen activamente en la definición de una propuesta formativa que trascienda los límites de cada sala.
- Considerar la tarea institucional como espacio de compromiso participativo que respete la autonomía de la gestión.
- Arbitrar acuerdos y estrategias para la articulación entre niveles, considerando la continuidad, coherencia interna.



CAPITULO 4

ANALISIS Y RECOLECCION DE DATOS

ANÁLISIS Y RECOLECCION DE DATOS

En el presente trabajo de investigación se utilizó metodologías que dan como resultado datos de interés que serán analizados para aceptar o rechazar la hipótesis presentada.

Modelo de Entrevista a la Directora

¿Cuál es el promedio de niños en los últimos 5 años?

¿Cómo era la comunicación entre los maestros y los padres durante el año?

¿Cuál era el objetivo como jardín para el 2020?

Como directora, ¿Qué dificultad encontraste al momento de enfrentar la realidad?

¿Cómo desarrollan los docentes el rol pedagógico en medio de una pandemia?

¿Qué medios digitales utilizan con mayor frecuencia?

¿Cómo calendarizan las actividades y el contenido pedagógico?

¿Cómo evaluaron el contenido adquirido por los alumnos?

¿Cuáles son las expectativas para el 2021?

¿Cómo sería el retorno a clases?

La entrevista realizada a la directora del jardín aportó datos para la investigación propuesta. Inicialmente comento que el promedio de niños inscriptos este año era igual al de años anteriores, llegando a un total de 25 niños, actualmente dadas las circunstancias del contexto solo cuenta con 17 niños que continuaron activamente las clases.

El objetivo principal del Jardín es el trabajo en equipo, y con la familia, siendo importante y activa la participación todo el año. La planificación a realizar en el año, la dividen en dos bloques. El primero de Marzo a Julio y el segundo de Julio a Diciembre.

La directora manifiesta que, al iniciar el año lectivo, no habiendo transcurrido ni dos semanas, se vio en la necesidad de modificar todo lo planificado cuando se decretó la emergencia sanitaria por el Covid-19. Implementando rápidamente el uso de WhatsApp, a través de un grupo como primera herramienta de comunicación entre el Jardín y los Papás.

Al tratarse de un jardín maternal de Barrio, se organizó la entrega de módulos a los Padres, para que asistan por turno a retirarlos personalmente. De esta manera podrían los niños avanzar en el contenido pedagógico, en conjunto con el uso de WhatsApp.

Menciono también la posibilidad de la apertura de Talleres Culturales, si lo autoriza el COE, durante los meses de Diciembre a Febrero, para que los niños puedan afianzar los contenidos brindados durante este año, ya que muchos de los asistentes iniciarían el Primer grado en el año 2021.

Haciendo un análisis de la situación actual, La directora y Maestras del Jardín están trabajando en un protocolo interno para el inicio de clases del año próximo. Desde días y horarios en cada salita, de acuerdo a las edades de los alumnos.

Encuestas a los padres

La participación de esta encuesta es totalmente anónima y voluntaria. Los resultados serán procesados y analizados por la alumna Rocío Araceli Rojas de la carrera de Relaciones Públicas e Institucionales para la elaboración de su Trabajo Final de Graduación. Estos datos servirán para obtener un panorama claro del uso de WhatsApp.

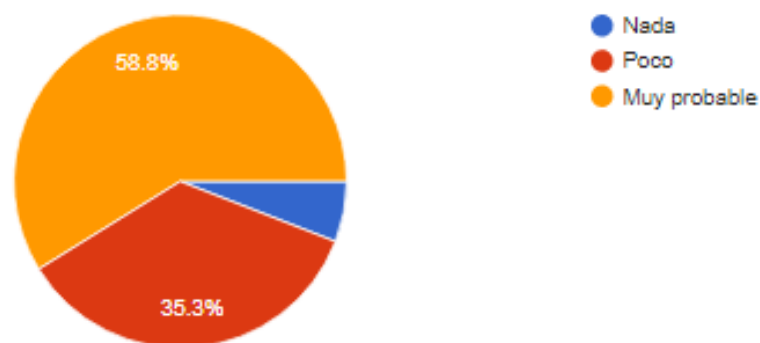
- 1. ¿Cuán probable es que recomiendes la herramienta WhatsApp para la continuidad de las clases virtuales?**
- 2. ¿Cómo fue la experiencia con WhatsApp de manera educativa?**
- 3. ¿Se pudieron adaptar a esta modalidad virtual?**
- 4. ¿Los alumnos pudieron asimilar esta herramienta virtual?**
- 5. ¿Se brindaron contenidos cumpliendo los días de clases correspondientes?**
- 6. ¿Creen que pudieron adquirir de esta manera los conocimientos necesarios?**
- 7. ¿Pudiste mantener comunicación activa con los maestros durante este período lectivo?**
- 8. ¿Notaste alguna diferencia con respecto a años anteriores el vínculo Padres Maestros Alumnos?**
- 9. ¿Qué plataforma digital conoces?
Zoom- Google Classroom- Google Meet**
- 10. ¿Cómo proyectas la educación de tu hijo/a para el 2021?**

Interpretación de los resultados

A partir de diecisiete encuestas a los padres que tienen niños en el establecimiento, se obtuvieron los siguientes datos:

¿Cuán probable es que recomiendes la herramienta WhatsApp para la continuidad de las clases virtuales?

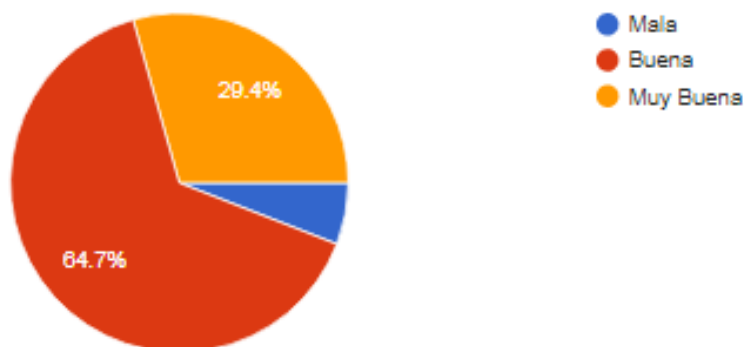
17 respuestas



El primer dato de la encuesta radica en la opinión de los padres acerca del uso de la herramienta WhatsApp para la continuidad de las clases virtuales. Se obtuvo como resultado un 58% de probabilidades de que recomendarían la aplicación.

¿Cómo fue la experiencia con WhatsApp de manera educativa?

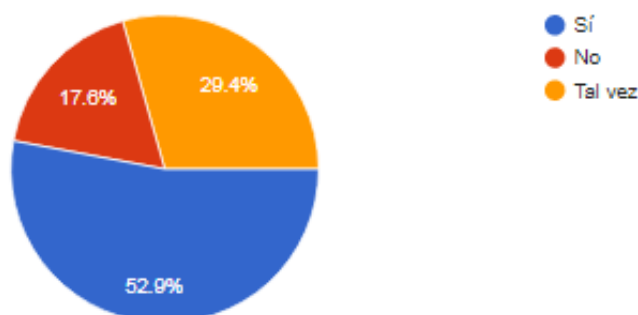
17 respuestas



La segunda pregunta demuestra la experiencia de los padres, el resultado fue Bueno de un 64,7%. Es valioso obtener este dato ya que ayudaría en un futuro al desenvolvimiento virtual del dictado de clases.

¿Se pudieron adaptar a esta modalidad virtual?

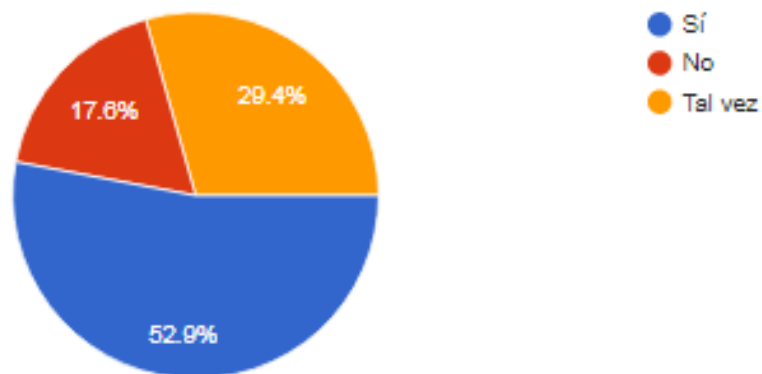
17 respuestas



La mitad de los padres pudieron adaptarse a la modalidad virtual, un 52,9% respondió positivamente al uso de esta herramienta de manera educativa, un 17,6% de lo contrario respondieron que no se pudieron adaptar. En el contexto actual es importante saber la aceptación de diversos instrumentos, debido a que es un trabajo en conjunto familia-establecimiento- alumnos.

¿Los alumnos pudieron asimilar esta herramienta virtual?

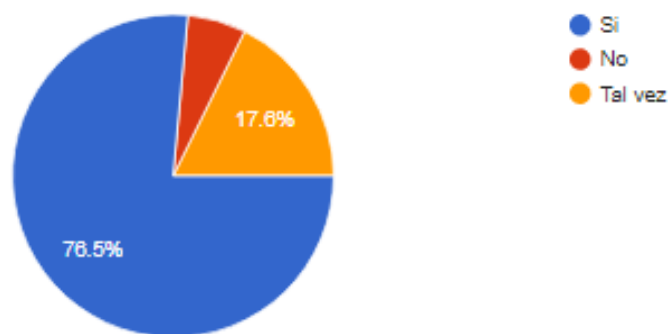
17 respuestas



Al igual que los padres, los alumnos pudieron adaptarse en una proporción del 52,9% al uso de esta herramienta para la adquisición de conocimientos. Al ser un jardín maternal cuenta con alumnos de entre 3, 4 y 5 años.

¿Se brindaron contenidos cumpliendo los días de clases correspondientes?

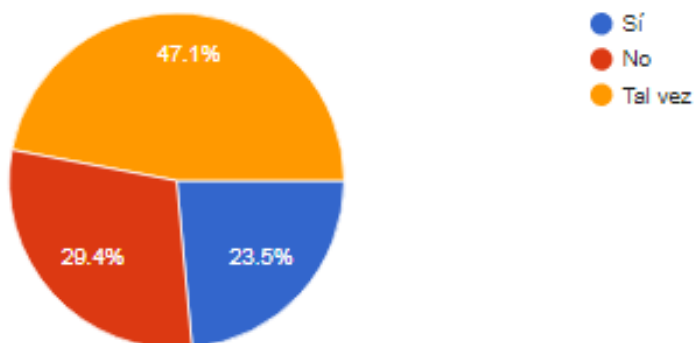
17 respuestas



En esta pregunta los padres respondieron que el establecimiento si brinda los contenidos de clases en los días correspondientes en un porcentaje del 76,5%, un menor número de padres respondió que sintió que no se brindaron los contenidos correspondientes.

¿Creen que pudieron adquirir de esta manera los conocimientos necesarios?

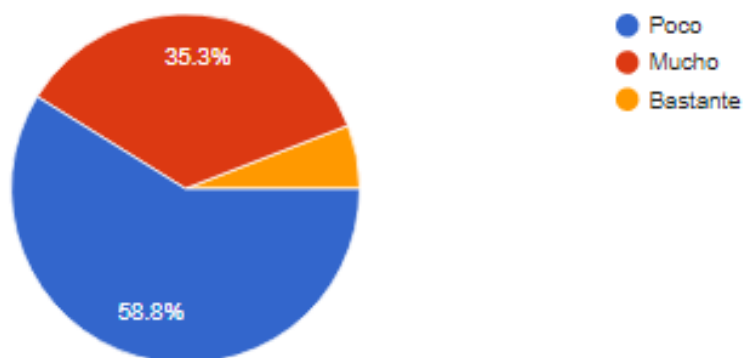
17 respuestas



Esta pregunta demuestra como los padres vivenciaron la cursada virtual de los niños respecto a la situación actual que está sucediendo. Si bien el jardín tomo como parámetro para analizar como los niños fueron adquiriendo lo que brindaban a través de la herramienta WhatsApp, la entrega de módulos de actividades en carpetas. Los padres aun así respondieron a esta pregunta no estar seguros de que los niños hayan podido adquirir los conocimientos que eran necesarios para este año lectivo.

¿Pudiste mantener comunicación activa con los maestros durante este período lectivo?

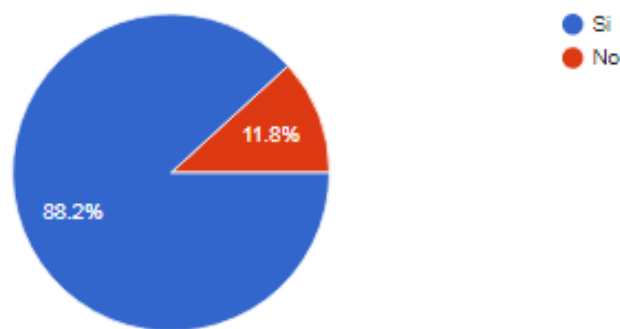
17 respuestas



En esta pregunta los padres expresan como fue la comunicación durante este año atípico, un 58,8% respondió que la comunicación padres- maestros fue poca, un menor porcentaje de padres respondieron que sintieron fluidez en el vínculo con la institución, fue un porcentaje de 35,3%, y un mínimo respondió que pudieron lograr una comunicación activa.

¿Notaste alguna diferencia con respecto a años anteriores el vínculo Padres Maestros Alumnos?

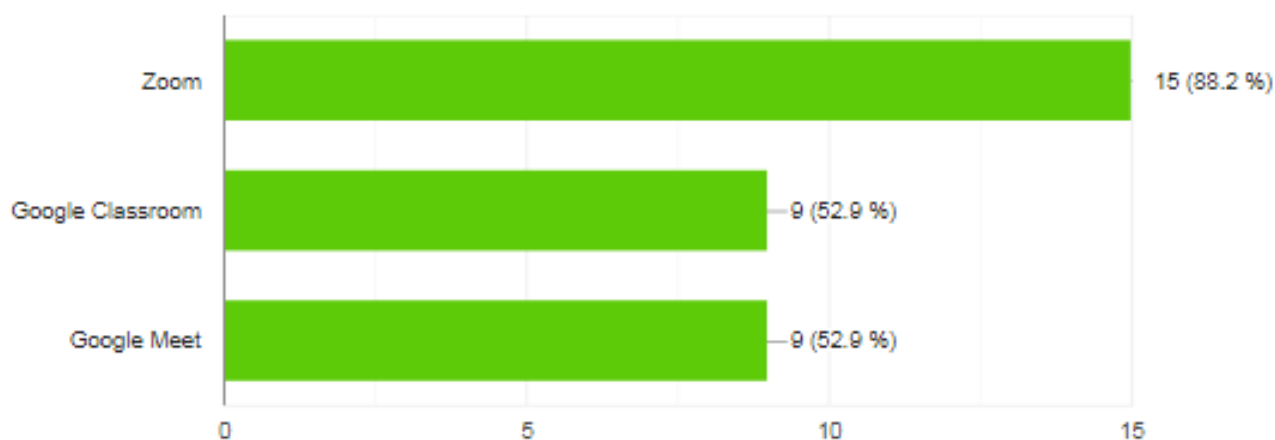
17 respuestas



Reforzando la pregunta anterior, los padres respondieron que si notaron la diferencia respecto a otros años el vínculo que se generaba entre maestros – padres- alumnos. Se obtuvo como resultado un 88,2% del total de padres.

¿Que plataforma digital conoces?

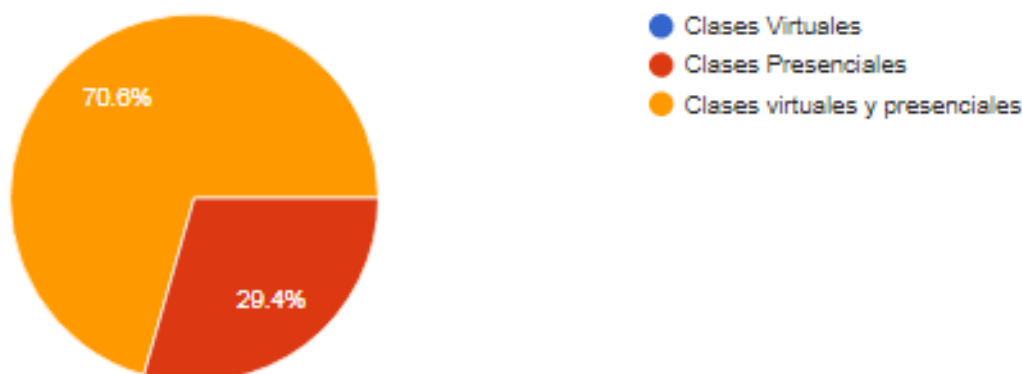
17 respuestas



Para comprender el estado de conocimiento acerca de las herramientas virtuales, y para poder planificar en un futuro la continuidad de las clases virtuales se realizó la pregunta de qué herramienta digital conocían. Un 88,2% respondieron a la herramienta Zoom, un dato no menor, estas respuestas indican también el conocimiento de otras plataformas como Google Classroom en un 52,9% y Google Meet con un porcentaje igual.

¿Cómo proyectas la educación de tu hijo/a para el 2021?

17 respuestas



Esta pregunta responde la disposición de los padres para la vuelta de los alumnos a clases presenciales, y la espera de la continuidad virtual del desarrollo educacional para el año 2021. Lo cual habilita a profundizar las herramientas virtuales para la persistencia de las clases a través de plataformas digitales.

Considerando las respuestas de los padres, a las preguntas más sobresalientes y con lo que confiere la carrera Relaciones Públicas e Institucionales, se hizo hincapié en la manera de comunicar, en la proyección de los padres hacia la herramienta comunicativa elegida y utilizada por el Jardín.

Las encuestas volcaron datos concretos y cortos para saber desde que punto de vista estaban en conformidad los padres tanto en la utilización de los medios y canales de los mensajes, como la cercanía de esos mensajes entre padres alumnos e institución, lo que llamamos comunicación Institucional.

Cabe destacar que la encuesta se realizó a 17 padres que se encuentran activos en el grupo de WhatsApp, 17 de 25 niños que ingresaron en el periodo lectivo 2020, lo cual demuestra que un porcentaje abandono la actividad escolar durante este periodo.

Otro dato relevante que arroja las respuestas de las encuestas, es la pregunta numero 9: ¿Qué plataforma virtual conoces? La respuesta sirve como disparador para una futura implementación de una plataforma, y da la seguridad que los padres tienen conocimiento, la implementación de la misma en un futuro va a obtener una respuesta favorable de padres y alumnos.

A modo de concluir el análisis de las encuestas los datos obtenidos amplían la realidad del trabajo de investigación, suponiendo el conocimiento de la realidad contextual, para procurar incidir en la “situación inicial” a partir de antecedentes reales.

CAPITULO 5

CONCLUSIÓN Y APORTES

Tras haber realizado un análisis exhaustivo en el Jardín Maternal se observa que su principal problema es que las comunicaciones de las actividades no fueron planificadas desde un primer momento de forma virtual. Si bien en la entrevista que se obtuvo con la directora del establecimiento se pudo extraer información importante para evaluar y analizar la manera de planificar.

Por otro lado hay problemas que pueden ser resueltos dentro de un corto plazo y mediano plazo, que con la ayuda de herramientas virtuales mejorarían la comunicación institucional entre maestros- padres- alumnos, una función realizada por directivos con el fin de coordinar hacia dentro y hacia afuera los tipos de comunicación y alinearlos con los objetivos, que deben ser alcanzables, teniendo en cuenta no solo los recursos y los medios disponibles, sino también la viabilidad es decir actuar frente a una situación concreta, debe ser realizable, factible, posible de llevar a cabo y estrategias. A su vez ayudaría para culminar el año lectivo y a largo plazo implementar una nueva plataforma virtual.

Cabe destacar que sistematizando el uso de WhatsApp es decir, identificando los componentes, reconstruyendo la aplicación, clasificando la información que se brindaría se obtendría mejores resultados, en conjunto con lo que se planifica, obviamente debe presentarse en un documento escrito, ya que la planificación no se agota en eso. No hay que confundir la idea de planificación con la modalidad de un plan - libro.

Se intenta dar sentido a los datos recogidos en la investigación para sugerir que, ya que los recursos económicos ni estructurales están adaptados para crear un área de Relaciones Públicas se recurra a una consultoría profesional que permita encontrar una solución al problema de la sistematización planificación de actividades.

Esto permite demostrar que se confirma la hipótesis planteada según los datos obtenidos: el uso de WhatsApp de manera planificada y sistematizada mejorara la comunicación Institucional del Jardín Tortuguitas durante el Covid19.

La importancia de esta disciplina y su profesionalización como parte fundamental de su estructura para que, junto con la Institución se logre crear una mejor comunicación, y busque la comprensión y el beneficio mutuo y sobre todo conforme bases sólidas para que la Organización sepa cómo actuar en distintas situaciones.

Propuestas

La situación real implica que los padres no sientan el vínculo y la cercanía amen del contexto actual en el que se encuentra el año en curso, se busca anular la comunicación improvisada y poco eficiente.

Las propuestas a esta problemática son las siguientes:

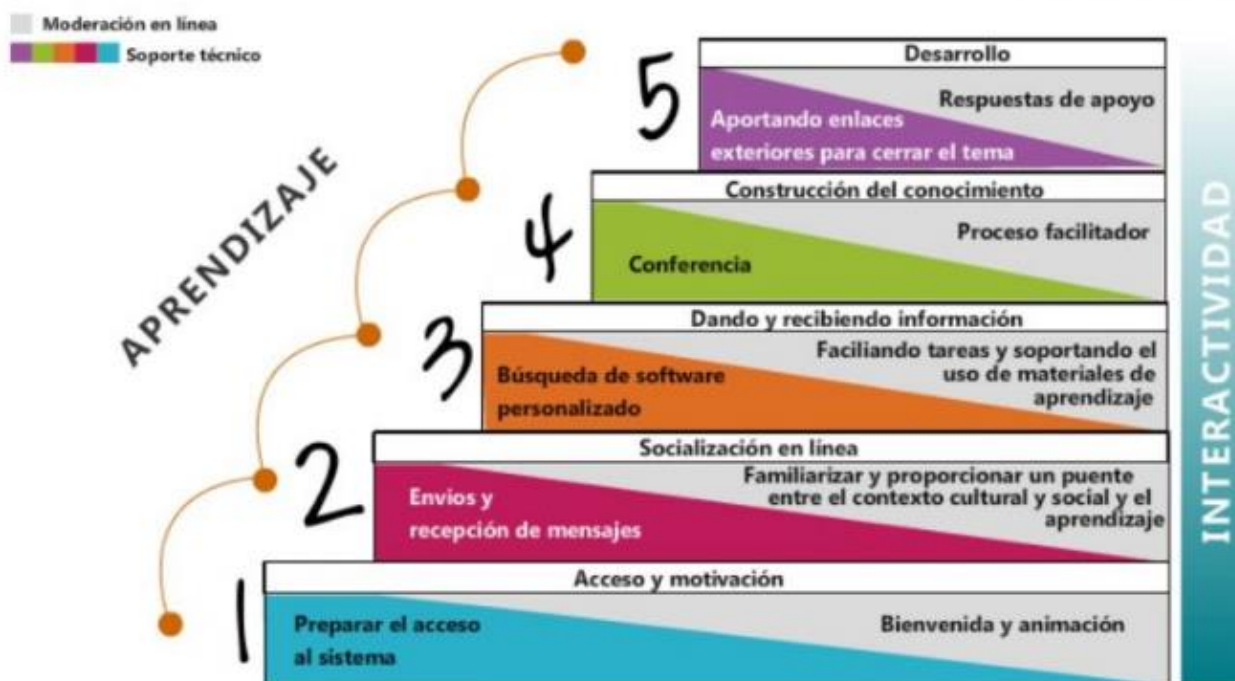
- Destacando la importancia y lo que requiere la planificación, el arte y la técnica para seleccionar las mejores alternativas disponibles y los instrumentos para establecer un curso de acción, se propone planificar hasta fin de año video llamadas individuales y grupales durante el horario de clases, cortas, para que el Jardín puede generar ese acercamiento que tanto lo caracterizaba durante las clases presenciales. Lo cual también ayudaría a evaluar y disminuir dudas del contenido que va brindando durante el año.
- Otra propuesta es monitorear el grado de participación de los padres en el grupo de WhatsApp, el silencio comunica, y que los padres no respondan a las tareas diarias es un disparador para actuar.
- En un futuro lograr un acercamiento a través de plataformas virtuales, una propuesta es Google Classroom, se generaría clases virtuales en vivo, los maestros podrán interactuar con más cercanía y brindar los contenidos y un feedback inmediato. Para sumar, esta aplicación logra grabar las clases lo cual pueden ser vistas las veces que sean necesarias.

Con estas propuestas el Jardín lograría seguir manteniendo su finalidad, que es generar aprendizajes a través de juegos, interactuando con los niños y las familias.

El objetivo general de esta planificación se llevará a cabo el primer semestre lectivo del año 2021, tomando en cuenta el contexto dinámico de la actualidad, siendo adaptable a clases virtuales y/o presenciales.

Acciones a realizar:

- ✓ Asesoramiento técnico de plataformas virtuales a maestros y directores.
- ✓ Activar nuevos canales de comunicación: institución, padres y alumnos, donde exista un feedback inmediato.
- ✓ Establecer horarios de conexión para compartir las clases virtuales.
- ✓ Fomentar el trabajo colaborativo.
- ✓ Es importante preparar el lugar adecuado para transmitir información, logrando interactividad en el mensaje.



Calendarización de las actividades propuestas

Acciones	Meses	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Evaluación
Asesoramiento técnico de plataformas virtuales a maestros y directores.								-Prácticas dentro del sistema y pruebas pilotos.
Establecer horarios de conexión para compartir las clases virtuales.								-A través de planillas de asistencias.
Activar nuevos canales de comunicación: institución, padres y alumnos, donde exista un feedback inmediato.								-Reunión de padres.
Fomentar el trabajo colaborativo.								-Tareas. -Trabajo en familia.
Preparar el lugar adecuado para transmitir información, logrando interactividad en el mensaje.								-Encuestas -Entrevistas Programadas
Monitorear el grado de participación de los padres en el grupo de WhatsApp,								-Planillas de asistencia.

ANEXO

Entrevista a la Directora/ Maestra del Jardín Tortuguita

¿Cuál es el promedio de niños en los últimos 5 años?

El jardín siempre mantuvo un cupo estándar de niños, entre 15 y 20 en total por turno mañana y tarde.

¿Cómo era la comunicación entre los maestros y los padres durante el año?

El jardín hace hincapié y prevalece el trabajo con la familia, es el modo y la manera de trabajar. Se realizan jornadas, visitas a diversos lugares junto con los padres, para así brindar una participación activa.

¿Cuál era el objetivo como jardín para el 2020?

El jardín cambio de objetivo a partir de la pandemia. Antes de que el contexto sea diferente nos proponíamos como Jardín maternal reforzar los vínculos que todos los años establecíamos para el trabajo en conjunto.

Como directora, ¿Qué dificultad encontraste al momento de enfrentar la realidad?

Al ser primordial el trabajo en conjunto con la familia me resulto difícil establecer esos vínculos de manera virtual, sin el contacto directo con el que estábamos acostumbrados a trabajar todos los años. Si bien los niños y padres pasan por el jardín a retirar el módulo de estudio y dejar los trabajos realizados. Es difícil no abrazarlos no poder brindar el cariño que nos caracteriza al momento de relacionarnos con los alumnos, pero es la realidad y debemos cuidarnos entre todos.

¿Cómo desarrollan los docentes el rol pedagógico en medio de una pandemia?

Se trató de volcar de manera tal que los niños de sala 4 se encuentren preparados para el ingreso a sala de 5. Los contenidos establecidos son los anuales que maneja el ministerio de educación.

¿Qué medios digitales utilizan con mayor frecuencia?

Se volcaron los contenidos de manera educativa por WhatsApp, estableciendo un grupo de padres, a su vez se mantiene una comunicación personalizada de cada uno, y hasta el momento 2 encuentros por zoom, se prevé un tercer encuentro y el cierre del año lectivo también a través de esta herramienta.

¿Cómo calendarizan las actividades y el contenido pedagógico?

Años anteriores y hasta el principio de este año calendarizo las actividades en dos etapas, Marzo Julio, Julio Diciembre. Este año las actividades ya estaban propuestas hasta Julio, lo cual resulto difícil al momento de expandirse la pandemia.

¿Cómo evaluaron el contenido adquirido por los alumnos?

Los contenidos adquiridos se evalúan cuando se realizan las entregas de nuevos módulos, tenemos contacto con los niños por unos minutos y se puede visualizar el crecimiento tanto de la manera en que se desenvuelven como las tareas que son presentadas.

¿Cuáles son las expectativas para el 2021?

A partir de los protocolos establecidos volver a las clases presenciales, los niños necesitan ese espacio de juego y conexión con el jardín, ya que una manera de brindar los contenidos educativos es a partir de juegos, es una manera de que los niños aprendan jugando, el cual fue un desafío para el año en curso ya que muchas cosas de las planificadas no pudieron ser realizadas.

¿Cómo sería el retorno a clases?

Hasta el momento, la vuelta sería presencial con la capacidad de 10 niños en la sala durante 2 hs, 1 hs de receso y ventilación de las instalaciones y luego 2hs del segundo grupo de 10 niños.

El cursado de clases durante el año en curso fue a través de WhatsApp, modalidad virtual en donde plasmaron tareas, actividades, videos informativos a modo de clases.

Cada semana la seño enviaba videos de aproximadamente 5 minutos contando las actividades propuestas. Luego material para poder trabajar, desde imágenes, videos y enlaces.



← Pre jardín Tortuguitas. 🔍

ARCHIVOS

DOCUMENTOS

ENLACES

EL MES PASADO

NATURAS DE LA CANTON DE ESTEN DE VA DE
Charito Acuña con arreglos de Daniel Escobar e in...
www.youtube.com

<https://youtu.be/H0zyFJkhZ00>

Semáforo I Canciones Infantiles I Melodía I Yo Me Cuido

Sigue disfrutando de nuestras canciones infantil...
www.youtube.com

https://youtu.be/f_zvqVFpPmg

El número 10 - Aprende a contar - Los números del 1 al 10 - La canción del número diez

Video educativo para niños con el que aprenderá...

<https://youtu.be/z8s-WuM00d0>

MI AMIGO EL SEMÁFORO. Cuentos Infantiles en español.

Este es un VIDEOLIBRO con lectura guiada, para h...
www.youtube.com

<https://youtu.be/XaYGPeqgDgQ>

BIBLIOGRAFIA

- Aguirre, L. Angulo, Chirinos, A.(2017). Tic en la Educación informática y herramientas digitales. Editorial Macro.
- Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Costa, J. (2009). Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires: La Crujía.
- Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Hernández S. Metodología de la Investigación. (2014). Editorial: Mc Graw-Hill
- Pitluk, L.(2015) Desafiando la Educación en el Jardín Maternal. Creando huellas en la Educación Inicial. Revista Travesía Didáctica N° 18. Marzo. Corrientes.
- Sotelo Enríquez, Carlos. (2001). Introducción a la comunicación institucional. Editorial Ariel, Barcelona.
- Yuni J., Urbano C. (2014). Técnicas para investigar: Recursos Metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Argentina: Editorial Brujas.

WEBGRAFÍA

- <https://www.noveduc.com/noticia/935>
- <https://revistadecomunicacion.com/pdf/2012/Art212-234.pdf>
- <https://www.feandalucia.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd7083.pdf>
- <https://www.evirtualplus.com/whatsapp-como-herramienta-educativa/>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/experiencias/whatsapp-padres-alumnos-profesores/>
- <https://webdelmaestrocmf.com/porta1/10-tecnicas-para-que-tus-clases-sean-mas-dinamicas-infografia/>

AGRADECIMIENTO FINAL

Recuerdo el día que finalice mi secundario y tenía que elegir una carrera, sin dudar opte empezar a estudiar Relaciones Públicas e Institucionales, una carrera novata en la Universidad, que sin duda fue enamorándome día a día.

A lo largo de mi cursada por diversas circunstancias fui postergándola, pasando por distintos planes y viendo cada vez más lejos la meta inicial que había previsto.

Sin bajar los brazos hoy me encuentro redactando el agradecimiento final de mi trabajo de investigación, un final que me enorgullece, porque aprendí de cada cambio, aprendí a que los sueños se cumplen, sin importar las dificultades que se encuentran en el camino, que con esfuerzo es posible llegar a cumplirlos.

Agradezco al universo que me puso en este lugar y me rodeo de personas que guiaron mi camino y no dejaron de creer en mis capacidades, a mi Jefe de Carrera Lic. José Lamas y a mi Directora de investigación Lic. Dolores Uriburu, quienes estuvieron cada vez que me reintegraba de largas licencias de la facultad, alentándome para que culminara esta etapa

Sin olvidarme de cada profesor que estuvo brindándome herramientas para desarrollarme como futura profesional, Profesora Ivy, Profesor Toledo Víctor, Profesor Facundo Ibáñez, admiración profunda.

Eternamente agradecida, es el comienzo de nuevos aprendizajes...

Hoja de evaluación

Universidad Católica de Salta

Facultad de Economía y Administración

Carrera: Relaciones Publicas e Institucionales

TRABAJO FINAL DE GRADUACION

Tema

La planificación y sistematización del uso del WhatsApp como herramienta de comunicación institucional del Jardín n° durante el Covid19.

Alumna: Rocío Araceli Rojas

Director: Lic. Dolores Uriburu

Evaluación:

Observaciones:
