

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA
PROMOVER LA ASISTENCIA A CLASES
VIRTUALES EN LOS ALUMNOS DE CUARTO DE
SECUNDARIA DEL COLEGIO CRISTO REY DE
CAJAMARCA**


Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Maria Belen Almestar Cruzado

Código 20150033

Lima – Perú
Abril de 2021





**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA
PROMOVER LA ASISTENCIA A CLASES
VIRTUALES EN LOS ALUMNOS DE
CUARTO DE SECUNDARIA DEL COLEGIO
CRISTO REY DE CAJAMARCA**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
1. PRESENTACIÓN	12
1.1 Infografía	13
1.2 Afiche.....	13
1.3 Spot Radial.....	14
2. ANTECEDENTES	15
2.1. Educación en el Perú.....	15
2.2. Brecha Digital	15
2.3. Uso de las TIC's	16
2.4. Educación Remota en el Perú	17
2.4.1. Aprendo en Casa.....	18
2.5. Colegio Cristo Rey	19
2.5.1. Misión y Visión.....	19
2.6. Problemática identificada.....	19
2.7. Descripción de causas.....	21
2.8. Descripción de consecuencias	23
2.9. Diagnóstico.....	23
2.9.1. Análisis de Ambiente Interno.....	24
2.9.2. Análisis de microambiente	28
2.9.3. Análisis de macroambiente.....	30
2.10. Análisis de audiencias.....	32
2.11. Público Objetivo.....	33
2.12. Análisis CAP	34
2.12.1. Análisis de comportamiento.....	35
2.13. Conclusiones del diagnóstico.....	36
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	38
3.1 Propuesta de comunicación	38
3.1.1. Descripción de la propuesta.....	38
3.1.2. Objetivo general.....	39
3.1.3. Objetivos secundarios.....	39

3.2. Estrategia de Comunicación.....	39
3.2.1. Segmento de audiencias.....	40
3.2.2. Definciones de Costo Social.....	41
3.2.3. Objetivos de Comunicación.....	40
3.2.4. Acciones.....	42
3.3. Estrategia Creativa	47
3.3.1. Mensajes.....	48
3.4. Estrategia de Contenido.....	49
3.4.1. Plan de miedos.....	49
3.5. Piezas de Comunicación.....	49
4. LECCIONES APRENDIDAS	152
3.1 Primer subtítulo	11
3.2 Segundo subtítulo	12
REFERENCIAS	15
ANEXOS	17

(El autor podrá incluir los subtítulos y divisiones necesarios)

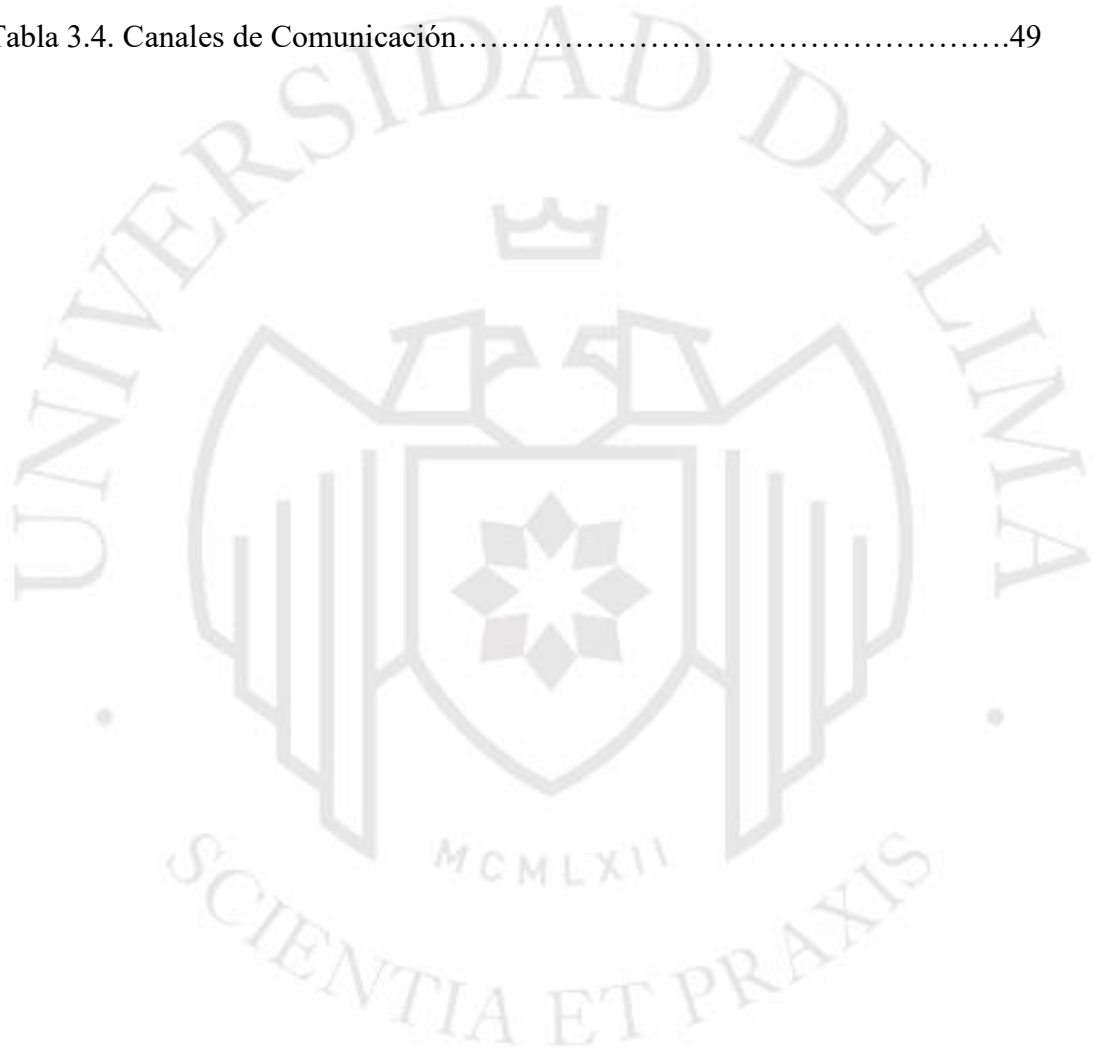
Dirección web de las piezas gráficas de comunicación parte del trabajo

<https://drive.google.com/drive/folders/1-Z5q8e9xIE1KJEmKc2lA3ss1BUeD2N1M?usp=sharing>



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Análisis CAP	34
Tabla 2.2. Análisis de compartimento.....	35
Tabla 3.1. Objetivos Específicos.....	41
Tabla 3.2. Acciones para el P.O. Primario.....	46
Tabla 3.3. Acciones para P.O. Secundario.....	47
Tabla 3.4. Canales de Comunicación.....	49



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Árbol de problemas.....	21
Figura 1.2. Organigrama.....	26



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Título del anexo	17
---------------------------------	----

(No es obligatorio, depende de cada proyecto)



RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con los alumnos y alumnas de cuarto grado de secundaria “A” del colegio Cristo Rey de Cajamarca. El Colegio Cristo Rey es una institución educativa nacional que lleva más de 60 años en la ciudad de Cajamarca. Ante la emergencia sanitaria por el COVID-19, las clases presenciales se tornaron clases virtuales, lo que ha llevado a diversos problemas educativos. Los alumnos de cuarto grado de secundaria “A” tiene un porcentaje de 16% de inasistencias a las clases, siendo los cursos con mayor inasistencias: Tutoría, Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente. De acuerdo a la investigación, la principal razón de ausentismo se da en una mala relación entre el alumno y el profesor durante las clases virtuales. Este trabajo propone estrategias de comunicación que permitan mejorar la relación alumno-profesor, para así disminuir el nivel de inasistencias en los cursos mencionados, para que mejoren su rendimiento académico y disfruten de esta nueva educación virtual.

Palabras clave: educación, digital, tutoría, clases virtuales, talleres.

ABSTRACT

This investigation is about the 4th graders of high school of Cristo Rey High School of Cajamarca. Cristo Rey is a national institution that has more than 60 years of presence in the city of Cajamarca. Because of the sanitary emergency related to COVID-19, the school went through presence classes to a virtual experience. This has led to a numerous educative problems. The students of the 4th grade of high school had a absence of virtual class near to 16%, and this number increases in the following courses: Tutorship, Math, and Science and Technology. According to the present investigation, the main reason for this absence is a poor relationship between teachers and students during the virtual experience. This investigation propose communication strategies to improve the relationship between teachers and students, so this leads to a diminish in the current level of absence in the studenty body in the courses already mentioned.

Keywords: education, digital, tutorship, virtual class, workshops

1. PRESENTACIÓN

El objetivo número 4 de las ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) es la educación de calidad. Esta permite “la movilidad socioeconómica ascendente y es la clave para salir de la pobreza” (UN, 2020). A causa de la pandemia por COVID-2019, el gobierno peruano impuso una serie de medidas de emergencia sanitaria, entre ellas el aislamiento social (El Peruano, 2020). Por este contexto, las escuelas cerraron sus puertas y se pasó de una enseñanza presencial a una enseñanza virtual, que el Ministerio de Educación impulsó con el programa “Aprendo en Casa” (Minedu, 2020). Aprendo en casa es un servicio multicanal de educación a distancia por televisión, radio e internet. Su objetivo a corto plazo es que los estudiantes de educación básica (inicial, primaria y secundaria) avancen en el desarrollo de sus clases desde el 6 de abril de 2020, durante el Estado de Emergencia (Minedu, 2020).

En la Institución Educativa Cristo Rey de Cajamarca se vienen dando clases desde el 2020 a través de las plataformas de Zoom y Meets, siguiendo disposiciones del gobierno y también guiándose por la plataforma de Aprendo en Casa. El principal problema que hemos identificado en el presente trabajo es el ausentismo en los cursos de Tutoría, Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente de los alumnos de cuarto de secundaria del Colegio Cristo Rey.

Nuestro principal objetivo es mejorar la relación entre profesor-alumno de los alumnos de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey en los cursos con mayor cantidad de inasistencias en el mes de abril de 2021.

Para el presente trabajo se elaboró una estrategia de comunicación que busca disminuir la inasistencia al curso de Tutoría, para así generar un cambio en el alumno y la alumna que finalmente lleve a mejorar la relación entre profesores y alumnos. Se proponen diversas piezas comunicacionales para esta meta, incluyendo acciones tanto al público objetivo primario, los alumnos de cuarto de secundaria del Colegio Cristo Rey, como dos piezas para el público secundario: los docentes de cuarto grado de secundaria del colegio Cristo Rey.

Se decidió realizar dos de las tres piezas principales de la estrategia de comunicación dirigida a los alumnos y alumnas del colegio, siendo estas: un afiche y un spot radial; todas basadas en la estrategia “Ayúdanos a Ayudarte” y enfocada en los dos protagonistas de nuestra campaña: Cami y Leo. La última pieza de comunicación es una infografía, dedicada a los profesores de la institución educativa Cristo Rey. La infografía dirigida a los docentes busca principalmente proponer actividades para mejorar su relación con los alumnos.

1. Infografía “¡Los mejores, juntos!”

La infografía se basa dar consejos a los docentes de cuarto grado de secundaria del colegio “Cristo Rey” para mejorar su relación con los alumnos y alumnas. Los consejos están basados en: dinámicas para hacer clases más dinámicas y entretenidas, siendo esta una de las mayores quejas dadas por los alumnos; también actividades para mejorar el feedback dado entre docentes y alumnos, como sesiones de “lluvia de ideas”, buzones de quejas y más. Esta infografía busca presentar opciones a los docentes para mejorar las actitudes en clases, y así abordar el objetivo principal del presente trabajo, “mejorar la relación entre profesores y alumnos”, desde el lado de los docentes.

Ubicación: <https://drive.google.com/file/d/12D3wCjc19axl-V5T7I9pEatiDReLYzYv/view?usp=sharing>

2. Afiche “Vamos a Tutoría”

El afiche se basa en los personajes de Cami y Leo, los protagonistas de nuestra campaña de comunicación. A diferencia de la infografía, que tiene como objetivo informar de las ventajas de asistir a las clases de tutoría, el afiche tiene como objetivo motivar a los alumnos y alumnas de cuarto de secundaria de asistir a las clases de tutoría, contando la experiencia de Cami y Leo como alumnos. En el afiche podemos ver a los personajes caricaturizados de Cami y Leo conversando sobre las clases y las razones por las que no asistirían a la clase de tutoría; después dan consejos sobre lo que podrían discutir en los Talleres de “Ayúdanos a Ayudarte” y finaliza con ambos listos para ir a su clase de Tutoría.

El afiche se enviará, al igual que la infografía, por el correo institucional de cada alumno y alumna; además se publicará en la página de Facebook del colegio Cristo Rey. También, de la mano del delegado del grado, se enviará el afiche por WhatsApp una semana antes del inicio de los Talleres de “Ayúdanos a Ayudarte”.

Ubicación:

<https://drive.google.com/file/d/1JVkYLkfeVYCnGtellulHZ6sXcTOU6Oz4/view?usp=sharing>

3. Spot radial “Cami y Leo aprenden juntos”

El spot radial está basado en la misma historia que el afiche, en las experiencias de Cami y Leo en los talleres de “Ayúdanos a Ayudarte”. El spot tiene una duración de un minuto, y tiene como objetivo motivar a los alumnos y alumnas a asistir a las clases de tutoría; como también fomentar en los alumnos y alumnas una comunicación más abierta con su tutor y docentes.

El spot se enviará solo por WhatsApp, ya que al ser un audio se tiene que asegurar su recepción. También, el tutor del grado lo reproducirá antes de comenzar las clases de tutoría.

Ubicación:

https://drive.google.com/file/d/1ycQjb1Er9womrlh5DddM1eSdV_Zjjofa/view?usp=sharing

2. ANTECEDENTES

2.1. Educación en el Perú:

La estructura del sistema educativo nacional vigente en el Perú comprende de cuatro niveles:

- a. Programas de atención integral a la primera infancia (de 0 a 2 años de edad), que incluye un componente educativo (educación inicial de primer ciclo).
- b. Educación básica, considerada obligatoria, que abarca tres etapas:
 - Inicial de segundo ciclo, dirigida a niños de 3 a 5 años.
 - Educación primaria, que en su forma regular comprende seis grados y normativamente dirigida a niños de 5 a 11 años.
 - Secundaria de cinco grados en su forma regular, normativamente dirigida a jóvenes de 12 a 16 años. (Guadalupe, C; 2017).

En este trabajo nos estaremos centrando en el nivel de educación secundario. El nivel de educación secundario “ofrece a los estudiantes una formación científica, humanista y técnica. Afianza su identidad personal y social. Profundiza el aprendizaje hecho en el nivel de educación primaria. Está orientado al desarrollo de competencias que permitan al educando acceder a conocimientos humanísticos, científicos y tecnológicos en permanente cambio. Forma para la vida, el trabajo, la convivencia democrática, el ejercicio de la ciudadanía y para acceder a niveles superiores de estudio. Tiene en cuenta las características, necesidades y derechos de los púberes y adolescentes” (LGE art. 36.º).

2.2. Brecha Digital:

Uno de los principales problemas que ha tenido la educación en el Perú durante la pandemia por COVID-19 es la brecha digital.

En la “brecha digital” existen dificultades para el acceso y uso de las tecnologías de la información (Serrano y Martínez, 2013). Según OSIPTEL (2020), la brecha digital en el Perú genera desigualdad en acceso y uso del servicio de internet, genera exclusión social y perpetua la pobreza. Se crea la brecha digital por tres razones, según OSIPTEL:

- Infraestructura: falta de cobertura por geografía diversa que afecta estructura de costos.
- Acceso: personas que viven en zonas en que los servicios de internet están disponibles pero no acceden por falta de ingresos.
- Uso: personas que pueden acceder al servicio pero no cuentan con habilidades (por ejemplo, adultos mayores).

De acuerdo a OSIPTEL, a junio de 2020 el 84% de la población contaba con cobertura móvil 2G; el 86% con cobertura móvil 3G y el 79% con cobertura móvil 4G. Al 2019, el 76,2% de peruanos contaba con acceso a internet (OSIPTEL, 2020). En las áreas urbanas el porcentaje aumentaba a 79,5% y en las áreas rurales disminuía al 41,5%. El equipamiento TIC del hogar para el 2019 se reducía principalmente a: el 92,0% de hogares contaba con un televisor, el 81% de hogares contaba con una rada, el 78% contaba con un smartphone, el 36% contaba con una computadora de escritorio, el 23,4% contaba con una laptop, notebook, netbook; el 11% contaba con una tablet y el 31,4% contaba con un reproductor de DVD/CD (OSIPTEL, 2020).

La institución educativa Cristo Rey se encuentra en la región de Cajamarca, en la ciudad de Cajamarca y provincia de Cajamarca. De acuerdo a la tasa de acceso a internet por región de OSIPTEL (2020), mientras que el 91,1% de hogares en Lima cuentan con acceso a internet, ya sea servicio de internet fijo o internet móvil; en Cajamarca solo el 57,9% de hogares cuenta con acceso a internet.

Carrasco (2008) afirma que la gran brecha digital interna en el Perú, sobre todo en zonas rurales, es un problema debido a que la población de bajos recursos que utilizan las TIC está por debajo de la media poblacional, por factores como falta de capacitación en el uso de las TIC, rechazo cultural a estas herramientas y la carencia de beneficios específicos.

2.3. Uso de las TIC en la educación:

De acuerdo con la Universidad Nacional Autónoma de México:

“Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) contemplan al conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y

almacenamiento digitalizado de la información, así como al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), en su utilización en la enseñanza” (Luna, 2018)

Las TIC´s pueden complementar, enriquecer y transformar la educación. Según la UNESCO, “la tecnología facilita el acceso universal a la educación, reduce las diferencias en el aprendizaje, apoya el desarrollo de los docentes, mejora la calidad y la pertinencia del aprendizaje, refuerza la integración y perfecciona la gestión y administración de la educación.” (UNESCO, 2019)

Sin embargo, este paradigma también implica una nueva responsabilidad por parte de los centros educativos y sus docentes. “Los centros docentes y el profesorado deben adaptarse, mejorar sus conocimientos y aptitudes para hacer frente a esta realidad, ponerlas a disposición del sistema educativo e implementarlas, bien como instrumento de apoyo, o como complemento a la educación ordinaria, para mejorar la eficiencia y la eficacia del sistema educativo, clave en esta era digital para el desarrollo de la sociedad del futuro.” (Luna, 2018)

2.4. Educación remota en el Perú:

En 1997, Nelson Manrique vaticinaba los cambios que iba a generar la “sociedad virtual” en la educación. Según Manrique, los estudiantes iban a aprender entre ellos, más allá de lo que la escuela les pudiera enseñar.

Hacia finales de la década del noventa, durante el gobierno de Alberto Fujimori y con el apoyo del Banco Mundial, se creó el Proyecto de Educación a Distancia (PED). Al igual que el Instituto Nacional de Teleducación (INTE), el PED fue un proyecto fundamentalmente suplementario, es decir, ideado para suplir allí donde la oferta educativa estatal era insuficiente o deficiente (Bustamante, 2020). Valentín Paniagua, una vez que el régimen fujimorista cayó, retomó el proyecto y utilizó internet, creando así el Portal Pedagógico del Perú, el primer portal educativo del Estado, que contaba con enlaces a bibliotecas virtuales, museos y artículos sobre la emergente línea de tecnologías educativas (Bustamante, 2020).

De acuerdo a Bustamante, la emergencia sanitaria mundial por COVID-19 ha revelado las profundas desigualdades que tenemos como país y las diferencias al acceso a los medios de comunicación, que son también diferencias socioeconómicas (Saravia, 2020).

Saravia resalta: “la sensación de que los hijos no deben estar sin estudiar es muy evidente en todos los niveles, pero con mucho más énfasis en los bajos. La preocupación por la calidad de lo que los niños y jóvenes reciben es también más evidente en estos niveles. En los altos se da por asumida una educación de nivel y se considera más ordenada y preparada la propuesta de los centros educativos” (Saravia, 2020).

En este escenario de emergencia sanitaria mundial, y de aislamiento total, estamos pasando de una modalidad de educación remota de emergencia (Hodges, 2020), a una modalidad de educación remota, donde el componente “online” es uno entre varios (Bustamante, 2020). Como señalan Cueto (2020) y Guadalupe (2020), esta nueva modalidad de educación remota se puede volver lo “nuevo normal”. Esta idea también es compartida por los padres y estudiantes, revelado en una encuesta realizada por “Aprendo en Casa” (Bustamante, 2020).

2.4.1. Aprendo en Casa:

“Aprendo en Casa” es una estrategia multicanal de educación a distancia remota (Minedu, 2020a), esto constituye un cambio en la forma de enseñanza de un modo de educación alternativo temporal para dar respuesta a una necesidad educativa (Hodges, Moore, Lockee, Trust & Bond, 2020). “Aprendo en Casa” se transmite a través de la televisión, la radio y la web, mediante una programación semanal de temas relevantes y acordes a la situación de país bajo un enfoque constructivista (Rodríguez, Espinoza; 2020).

El objetivo de “Aprendo en Casa” es proporcionar a las y los alumnos de educación básica del país la posibilidad de continuar con el desarrollo de sus competencias y contribuir a superar la actual emergencia mediante diversas actividades de aprendizaje, herramientas y recursos pertinentes para cada contexto. De esta forma, esta estrategia se convirtió en una gran oportunidad para fomentar el desarrollo de la ciudadanía, el autocuidado y convivencia en sociedad. (R.M. N.º 160-2020-MINEDU, 2020).

2.5. Colegio Cristo Rey

El Colegio Cristo Rey de Cajamarca es una escuela pública de gestión privada: recibe financiamiento por parte del Estado peruano y se rige según la Ley General de Educación. Su administración es gestionada por la Congregación de Hermanos Maristas del Perú, una organización católica que desarrolla y administra proyectos educativos como colegios y universidades.

La institución opera hace 67 años, cuando en 1953 los hermanos maristas Jorge Denegri, Tomás García y Manuel Vignale fundaron el colegio a un kilómetro de la plaza central de Cajamarca. Actualmente cuenta con 54 trabajadores y 826 alumnos; 422 en primaria y 404 en secundaria.

2.5.1. Misión y Visión:

Misión: “Somos la comunidad marista Cristo Rey comprometidos en la evangelización de niños y jóvenes, preferentemente los más vulnerables, a través de una educación inclusiva y de calidad, forjando buenos cristianos virtuosos y competentes ciudadanos que contribuyan en la construcción de una sociedad justa, fraterna y solidaria”.

Visión: “Al 2025, deseamos ser una Comunidad Marista, que desarrolle propuestas innovadoras, que permita la formación integral de nuestros estudiantes, para que sean reconocidos como agentes capaces de participar en procesos de cambio en su comunidad, en el país y en la sociedad; demostrando, en su quehacer cotidiano, los valores éticos y morales propios del modelo marista de evangelización”.

Valores: Interioridad, sencillez, amor al trabajo, espíritu de familia, solidaridad.

2.6. Problemática identificada:

Nos hemos centrado en los alumnos de 4to A de secundaria del colegio Cristo Rey. Son 41 alumnos en cuarto de secundaria, 20 mujeres y 21 hombres. Los alumnos de cuarto de secundaria llevan once cursos a la semana:

- Matemática.

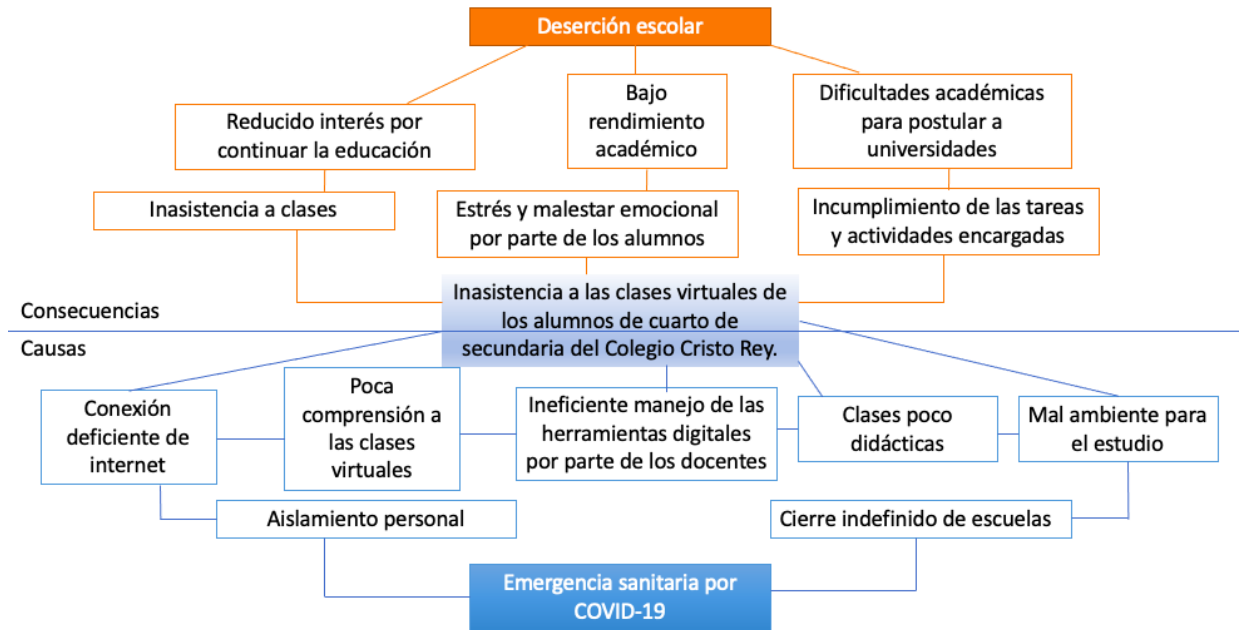
- Comunicación
- Ciencias Sociales
- Ciencia, tecnología y ambiente
- Religión
- Educación Física
- Arte y Cultura
- Educación para el trabajo
- Tutoría
- Inglés
- Desarrollo personal, ciudadanía y cívica

Se ha analizado la asistencia a las clases de 4to A durante el mes de abril, del 1 de abril al 23 de abril, siendo los resultados los siguientes:

Los cursos en los que hay mayor inasistencia son: tutoría, con 30% de inasistencias; educación física, con 30% de inasistencia; matemática con 20% de inasistencias; ciencia, tecnología y ambiente, con 20% de inasistencia; inglés y arte y cultura con 17% de inasistencia; educación para el trabajo, con 15% de inasistencia; religión, con 12% de inasistencia; comunicación, con 11% de inasistencia; desarrollo personal, ciudadanía y cívica con 7% de inasistencia y finalmente ciencias sociales con 6% de inasistencia.

En una encuesta realizada a 26 alumnos de cuarto A de secundaria nos encontramos con que el 83,3% tiene problemas para conectarse a las clases virtuales por poca o deficiente conexión a internet; y nos encontramos con que el 50% de los alumnos no se sienten cómodos o no les gusta entrar a ciertos cursos con mayor inasistencia como matemática porque no entienden las clases, no comprenden y no pueden ver la pizarra a la hora de hacer los ejercicios. Otra queja constante es la poca comprensión y/o mal humor del profesor cuando los alumnos muestran problemas de conexión.

En un promedio, se cuenta con 17% de inasistencia por parte de los alumnos de 4to A de secundaria a las clases virtuales que brinda el colegio Cristo Rey. Esto significa que entre 6 o 7 alumnos no entran a las clases diarias.



Fuente: elaboración propia

Figura 1.1. Árbol de problemas.

2.7. Descripción de causas:

El 16 de marzo de 2020, el entonces presidente Martín Vizcarra decretó Estado de Emergencia Sanitaria a nivel nacional debido al COVID-19. La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. La OMS tuvo noticia por primera vez de la existencia de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan (República Popular China) (WHO, 2020). Los síntomas más habituales de COVID-19 son: fiebre, tos seca y cansancio. De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, se puede proteger y prevenir del COVID-19 adoptando sencillas precauciones: mantener el distanciamiento físico, utilizar mascarilla tanto en espacios abiertos como cerrados, mantener las habitaciones bien ventiladas, evitar las aglomeraciones y el contacto estrecho con otras personas, lavarse las manos de forma periódica por 20 segundos, y toser cubriéndose con el codo flexionado o con un pañuelo (WHO, 2020).

Las medidas dictadas por el expresidente Martín Vizcarra el 16 de marzo de 2020, al declararlo en Estado de Emergencia Nacional y al inicio del aislamiento social obligatorio,

obligaron al MINEDU a disponer del cierre temporal de todas las instituciones educativas, tanto públicas como privadas. Esto tuvo un impacto en 9.9 millones de estudiantes (Lechleiter & Vidarte, 2020).

Por la pandemia se determinó un régimen de educación a distancia, lo que se convirtió en un reto para los docentes con el manejo de sesiones sincrónicas y asincrónicas de manera virtual (Cáceres, 2020), así como el uso de herramientas y aplicaciones de videollamadas disponibles como Zoom, Google Classroom, Skype, Whatsapp, Facebook y más. Estas herramientas tienen distintas funcionalidades que permiten el logro de diferentes objetivos educativos, teniendo en cuenta el contexto actual que se está viviendo (García, 2020).

La institución educativa Cristo Rey se encuentra en la región de Cajamarca, en la ciudad de Cajamarca y provincia de Cajamarca. De acuerdo a la tasa de acceso a internet por región de OSIPTEL (2020), mientras que el 91,1% de hogares en Lima cuentan con acceso a internet, ya sea servicio de internet fijo o internet móvil; en Cajamarca solo el 57,9% de hogares cuenta con acceso a internet, lo que dificulta la conexión adecuada por parte de los alumnos a sus clases virtuales.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), alcanzaron gran desarrollo a finales del siglo XX y al comienzo del siglo XXI, propiciando la llamada “Sociedad del Conocimiento” o “de la Información” (UNESCO, 2013). La incorporación de las TIC en la enseñanza permite que el estudiante se transforme en un participante activo y constructor de su propio aprendizaje, y el profesor asume el rol de guía y facilitador (Pinos-Coronel, García-Herrera, Erazo-Álvarez, Narváez-Zurita; 2020). El poco manejo que los docentes de la institución educativa tienen de las plataformas digitales, tales como Zoom, Google Meets no permite que tengan un completo desarrollo de las TIC, y que no las apliquen para lograr un aprendizaje significativo en los alumnos de cuarto de secundaria. El Diario Gestión (2020) mencionó que durante la pandemia en el Perú las TICs de mayor uso se relacionan con el servicio de videollamadas o videoconferencia.

La emergencia sanitaria y el aislamiento personal han ocasionado que las clases pasen de ser presenciales a virtuales, lo que ha llevado que los alumnos adapten sus espacios de descanso, tales como sus habitaciones, a ser espacio de trabajo y estudio. Esto puede

resultar contraproducente a la hora de impartir las clases virtuales ya que en su hogar encuentran diferentes distracciones que no permiten que presten atención a todo lo que están explicando en clases. Las distracciones pueden ser como tener un televisor en el ambiente de estudio, un familiar, un hermano, el teléfono; etc.

2.8. Descripción de consecuencias:

Como consecuencias del problema identificado tenemos la considerable inasistencia por parte de los alumnos de cuarto de secundaria a sus clases, siendo las clases con más inasistencias: tutoría con el 30% de inasistencia, matemática y ciencia, tecnología y ambiente con 20% de inasistencias. Esta inasistencia deriva a largo plazo en bajo rendimiento académico. Según el informe “Aprende mejor: políticas públicas para el desarrollo de habilidades” del Banco Interamericano de Desarrollo, somos el país que menos invierte en educación en sudamérica. Y de acuerdo a la prueba PISA 2018, el Perú se encuentra en los últimos lugares de la región. La prueba se hizo a alumnos de 15 años elegidos al azar, y respondieron preguntas de ciencia, comprensión lectora y matemática. El Perú ocupó el puesto 64 de 77, siendo el último de sudamérica (Gestión, 2019).

Otra consecuencia de la problemática identificada es la deserción escolar. De acuerdo al INEI (2021), en el nivel secundario, solo el 79% recibió el servicio educativo, con una disminución de 2,7% del año anterior. El 80,9% de adolescentes matriculados en algún año de educación secundaria viven en un área urbana, mientras que solo el 73,9% se matriculó en áreas rurales. De acuerdo al estudio del INEI, el 60,7% de alumnos que no se matricularon en el año escolar 2021 lo hizo por problemas económicos y familiares, mientras que el 10,9% lo hizo por poco interés en continuar con sus estudios y por bajo rendimiento académico.

2.9. Diagnóstico:

Para poder realizar el diagnóstico, las técnicas de recojo de información que se utilizaron fueron a través de las entrevistas al director del colegio Cristo Rey, Alain Alméstár; y también en base a encuestas realizadas a los alumnos de cuarto de secundaria. También se realizó la búsqueda de información en fuentes secundarias, como la página web y Facebook.

2.9.1. Análisis del ambiente interno:

Infraestructura:

El colegio Cristo Rey se encuentra ubicado en Cajamarca, en el Jr. Angamos 890. El colegio cuenta con dos patios: uno de primaria y otro de secundaria; también con una cancha deportiva compartida. Además, cuenta con un auditorio multipropósito para 300 personas, en el cual se realizan actividades extracurriculares, ferias, capacitaciones, reuniones, etc. Cuenta con tres laboratorios de cómputo, uno de primaria, y dos de secundaria. Como es parte de la congregación de Hermanos Maristas, dentro del colegio se encuentra la casa de los Hermanos Maristas, habilitada con todo lo necesario para ellos.



Por las medidas contra el COVID-19, las instalaciones del colegio se encuentran cerradas, y todo el trabajo tanto de los docentes como los alumnos se realizan de manera remota. Solo van al colegio los 3 vigilantes, y una vez al mes los encargados de mantenimiento; siempre respetando los protocolos contra el COVID-19.

Recursos Humanos:

El colegio está conformado por 54 trabajadores, liderados por con la Congregación de Hermanos Maristas. La Congregación, a través de su Consejo de Misión, establecen criterios, políticas educativas y organizan el trabajo de la institución en coordinación con la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) de Cajamarca.

Recursos Financieros:

El colegio Cristo Rey recibe financiamiento tanto por parte del Estado como de la Congregación de Hermanos Maristas, lo que les permite ofrecer a sus alumnos algunos extras, como talleres extracurriculares, que muchos colegios nacionales no pueden ofrecer.

Existen dos formas de financiamiento por parte del Estado. La primera corresponde al **pago de los profesores**, el cual se da mediante la Planilla Única de Pagos de los profesores y auxiliares de la educación. Esto quiere decir que el colegio no interviene o administra el pago de sus docentes. Es importante señalar que en Marzo del 2020 el Ministerio de Educación anunció un incremento entre S/100 y S/190 en el sueldo de los profesores de colegios públicos; siendo S/2,300 el sueldo base para los profesores en primera escala magisterial y S/4,370 para los de la escala más alta. Esta medida aplica exclusivamente a profesores con jornadas semanales de 30 horas o más.

La segunda fuente de financiamiento corresponde al **Programa Nacional de Infraestructura Educativa (PRONIED)**. Mediante este programa que busca construir o mejorar la infraestructura educativa pública, el colegio recibe anualmente entre S/800 y S/1000 por cada 80 o 100 alumnos. El año pasado esta cifra ascendió a los S/10,000, los cuales fueron invertidos en la reparación y el mantenimiento del centro educativo.

La cifra este año fue pronosticada a S/9,000, luego se incrementó a S/22,000. Sin embargo, debido al COVID-19 esta fuente de ingresos que se puede destinar exclusivamente al desarrollo de infraestructura se suspendió por completo.

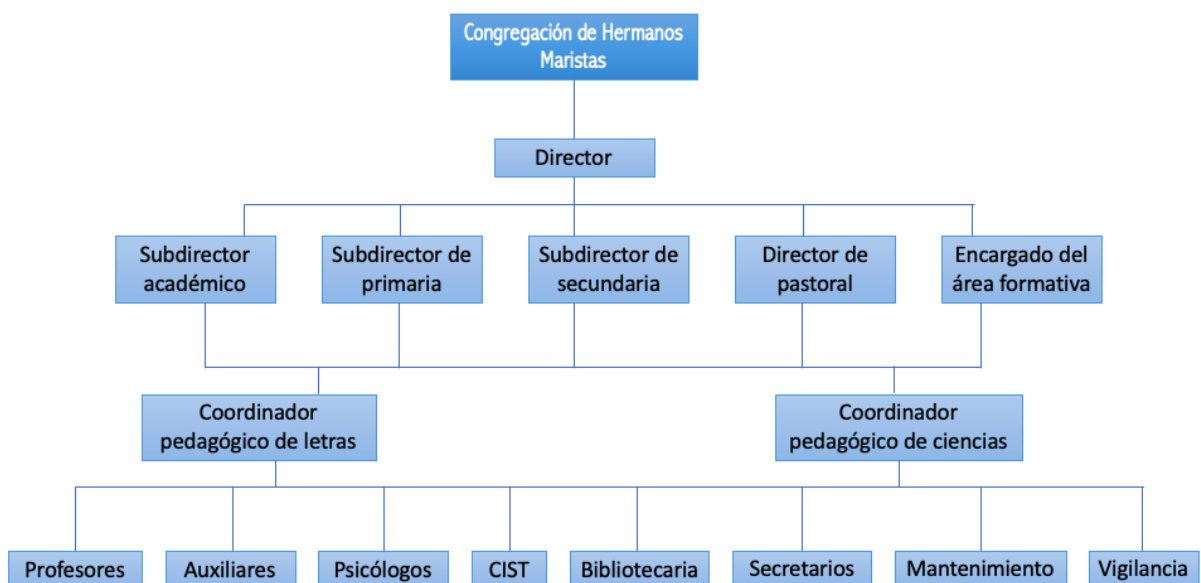
Una tercera fuente de ingresos que no corresponde al Estado, es el dinero generado por el propio colegio. A través de la **venta de certificados** y el **alquiler de ambientes** como auditorios o aulas la escuela logra recaudar entre 8000 y 8500 soles anualmente.

Por último, sumado al sueldo del Estado los profesores reciben un **bono** el cual es recaudado mediante una mensualidad opcional de S/20 que el 90% de las familias pagan. Esto significa entre S/200 y S/250 soles adicionales al sueldo base.

Estructura organizativa:

- **Congregación de Hermanos Maristas:** a través de su Consejo Misión, establecen normas, criterios y políticas educativas.
- **Director del colegio:** Alain Alméstar Cieza.
- **Subdirectores:** subdirector académico, subdirector de primaria y subdirector de secundaria.
- **Director de pastoral**
- **Encargado del área formativa**
- **Coordinadores pedagógicos:** coordinador pedagógico de letras, coordinador pedagógico de ciencias.
- **Profesores:** 35 profesores.
- **Auxiliares**
- **Coordinador de Innovación y Soporte Tecnológico (CIST)**
- **Bibliotecario**
- **Secretarios**
- **Encargados de mantenimiento**
- **Encargados de vigilancia**

Organigrama:



Fuente: elaboración propia

Figura 2.2. Organigrama

Experiencia en educación virtual:

El colegio Cristo Rey implementó un aula virtual en el 2018, de acuerdo a la entrevista que realizamos con el director del colegio Alain Alméstár Cieza. Para empezar a implementar el aula virtual se inició con capacitaciones de carácter no obligatorio a los docentes de primaria y secundaria del colegio; sin embargo, la plataforma no tuvo una buena acogida por parte de los profesores por lo que se detuvo su uso.

A raíz de la emergencia sanitaria mundial por COVID-19, en el 2020 se volvió a implementar el aula virtual, esta vez acompañado por Google Meets y Zoom. En el 2020 el colegio decidió comprar 30 licencias de Zoom, un costo que fue aprobado tanto por los docentes como por los padres de familia del colegio. El pago lo hizo cada padre de familia, con un costo de 18 soles al año por alumno, traducándose a un pago de s/.1.80 por alumno.

A inicios de 2020 el colegio usaba principalmente la plataforma de Zoom, ya que Google Meets y Google Classroom, al inicio de la pandemia, no tenían todas las opciones que Zoom ofrecía: como la creación de grupos, importante para los docentes de la institución educativa a la hora de realizar clases. La capacitación para el uso de las plataformas se dio durante todo el 2020, sin embargo el director Alain Alméstár señaló que a pesar de ser de carácter obligatorio, solo tuvo un 50% de asistencia por parte de los docentes. Ahora usan principalmente la plataforma de Zoom, al 90%; a excepción de un profesor de nivel secundario que continúa usando Google Meets para impartir sus clases por un problema de conectividad.

Cabe resaltar que como parte del cambio drástico por el que tuvieron que pasar los alumnos al transformar la enseñanza de presencial a virtual, el colegio cuenta con dos psicólogos que dan soporte a los alumnos que lo requieran.

Políticas institucionales del Colegio Cristo Rey:

De acuerdo a la entrevista realizada con el director del colegio Cristo Rey, Alain Alméstár Cieza, cuando el colegio quiere establecer políticas o proyectos estos tienen que pasar por cuatro filtros principales:

- a. Con la Congregación de Hermanos Maristas, ya que como parte del convenio se les tiene que informar de cualquier acción o decisión que cambie lo ya establecido previamente.
- b. A la UGEL de Cajamarca, por norma legal.
- c. Al Ministerio de Educación, por normal legal.
- d. Al Obispado de Cajamarca, al ser un colegio que forma parte de una Congregación católica.

Experiencia en Comunicación:

El colegio solo cuenta con una red social, Facebook, manejada principalmente por uno de los psicólogos, la encargada de pastoral y el encargado de actividades. En la página publican diariamente contenido religioso, sobre la congregación y se publican anuncios de ser considerado necesario.

No realizan comunicación externa ya que, de acuerdo al director del colegio, no tienen necesidades de conseguir más alumnos, ya que normalmente reciben entre 800 a 1000 postulantes y solo cuentan con 35 vacantes. Estas postulaciones solo se hacen para primer grado de primaria, y paulatinamente si algún alumno se retira en algún momento del colegio, pero, como explica el director, pasa muy poco.

2.9.2. Análisis del microambiente

Mercado meta:

Según la UNESCO, en el 2020 en Perú fueron 9,911,513 los estudiantes afectados por los cierres de las escuelas. De estos, 2,779,973 de estudiantes pertenecen al nivel secundario. El colegio Cristo Rey cuenta con 804 alumnos en el nivel secundario. Siguiendo esto, la población a la que va centrada esta investigación es a los 41 alumnos de cuarto A del nivel secundario del colegio Cristo Rey de Cajamarca.

Aliados:

a. Ministerio de educación del Perú:

El Ministerio de Educación (MINEDU) es el órgano rector de las políticas educativas nacionales y ejerce su rectoría a través de una coordinación y

articulación intergubernamental con los Gobiernos Regionales y Locales, propiciando mecanismos de diálogo y participación (MINEDU, 2020).

Los objetivos que tiene MINEDU son: generar oportunidades y resultados educativos de igual calidad para todos; garantizar que estudiantes e instituciones educativas logren sus aprendizajes pertinente y de calidad; lograr una educación superior de calidad como factor favorable para el desarrollo y la competitividad nacional, así como promover una sociedad que educa a sus ciudadanos y los compromete con su comunidad.

b. Dirección Regional de Educación de Cajamarca:

La Dirección Regional de Educación es un órgano desconcentrado de la Gerencia Regional de Desarrollo Social. Se encarga de formular y dirigir la política sectorial en el ámbito del Gobierno Regional. La Dirección Regional de Cajamarca garantiza un servicio educativo de calidad, dentro de un modelo de gestión con enfoque territorial, con docentes y directivos capacitados, incorporando a diversos actores para el cierre de brechas en logros de aprendizaje, acceso, alfabetización e infraestructura; la construcción e implementación del Diseño Curricular Regional, la reforma institucional a través de una articulación intergubernamental, intersectorial, interinstitucional y multisectorial (GRC, 2020).

La DRE CAJ puso a disposición del colegio Cristo Rey las facilidades sobre la guía para el trabajo remoto de los profesores, la plataforma PerúEduca, Aprendo en Casa, entre otros.

c. Unidad de Gestión Educativa Local de Cajamarca:

La Unidad de Gestión Educativa Local es una instancia de ejecución descentralizada del Gobierno Regional con autonomía en el ámbito de su competencia, que depende administrativa, normativa y técnicamente de la Dirección Regional de Educación de Cajamarca (UGEL, 2016). Su propósito fundamental es implementar las políticas educativas regionales y nacionales en su ámbito territorial, conduciendo la gestión y provisión de los servicios educativos de Educación Básica, Educación Técnico productiva, educación

comunitaria y Educación superior, de manera articulada con los Gobiernos Locales, así como concertadamente con los diversos actores sociales gubernamentales y privados de su respectivo ámbito.

d. La Congregación de Hermanos Maristas:

La Congregación de Hermanos Maristas del Perú está conformado por Hermanos, consagrados a Dios, que siguen a Jesús al estilo de María y dedicados a la educación de niñas, niños, adolescentes y jóvenes, de manera especial a los más vulnerables. Trabajan de la mano con laicos comprometidos con la vivencia y vigencia del carisma marista en nuestras obras educativas (Maristas Perú, 2020). Fue fundada en 1817 por Marcelino Champagnat en Francia. En Perú la Congregación de Hermanos Maristas cuenta con 11 instituciones educativas en diferentes distritos de Lima y diferentes provincias del Perú:

- Colegio San José – Callao.
- San Luis – Barranco.
- Colegio Champagnat – Surco.
- Colegio Manuel Antonio Ramírez Barinaga – San Juan de Miraflores.
- I.E. San José – Huacho.
- Colegio Santa Rosa – Sullana.
- Colegio Cristo Rey – Cajamarca.
- Colegio Marcelino Champagnat – Santa Eulalia.
- Colegio San José Obrero – Sullana.
- Colegio Santa María de los Andes – Villa María del Triunfo.

2.9.3. Análisis del Macroambiente:

Factores tecnológicos:

La principal herramienta dada por el Estado para implementar la educación remota es la estrategia educativa de “Aprendo en Casa”, una estrategia educativa a distancia, de libre acceso y sin costo que propone experiencias de aprendizaje alineadas al currículo nacional para que los niños y niñas puedan seguir aprendiendo desde sus hogares, usando diversos canales de comunicación. Está dirigido a estudiantes de todos los niveles y modalidades educativas del país (Aprendo en Casa, 2021).

El colegio Cristo Rey siguió las medidas sanitarias dadas por el Gobierno Central, se postergaron las clases presenciales y se pasó a una enseñanza virtual a través de las plataformas virtuales de Zoom y Google Meets, así como también implementaron los materiales brindados por Aprendo en Casa, principalmente en primaria, haciendo adaptaciones. En secundaria no se suele utilizar “Aprendo en Casa”.

Al inicio de la pandemia y después de anunciar las clases de manera remota, alrededor de 90 familias pidieron a la institución educativa que se les facilitara el acceso a clases prestándoles una laptop. El colegio cuenta con 140 laptops, por lo que a las familias que lo requirieron se les entregó una laptop, con el compromiso de devolverla en diciembre. Según el director, se cumplió en un 90% la devolución de las laptops en diciembre, solo con algunas excepciones de familias no originarias de la ciudad de Cajamarca, y que se encontraban en ese momento en otras provincias, a las que se les dio una prolongación de préstamos de laptops.

También se prestó 16 laptops en el 2020 a los docentes y administrativos que lo solicitaron, con una devolución del 100%.

En el 2021 se cambió la política de préstamo. Las familias pudieron solicitar nuevamente el préstamo de laptops por parte del colegio, pero esta vez los tutores de los diferentes grados, basándose en el seguimiento escolar, participación y conversaciones con padres de familia y alumnos; y solo se realizaba el préstamo si era una necesidad urgente para la familia solicitante. En el 2021 se prestaron 65 laptops a familias, y 10 laptops a docentes y administrativos. El colegio también brindó con el CITS apoyo informático a las familias a las que se les entregó las laptops.

Factores políticos:

Con la Resolución Ministerial N 160-2020-MINEDU y la introducción del programa “Aprendo en casa”, el Estado busca complementar las clases brindadas por los profesores a mediano y largo plazo (Plataforma digital del Estado Peruano, 2020). Asimismo, para continuar con el desarrollo de clases de forma remota dirigida a los estudiantes de educación básica, educación básica especial y educación básica alternativa, la plataforma dispone de guías de aprendizaje las 24 hrs del día y una programación de actividades según el grado y nivel del estudiante (Plataforma digital del Estado Peruano, 2020).

El Ministerio de Educación también ha planteado Orientaciones para el desarrollo del año escolar 2021 (RVM N.o 273- 2020) que consisten en recomendaciones como continuidad del docentes con los grupos de estudiantes que atendieron en el 2020, y el regreso paulatino a clases semi presenciales en el 2021.

Factores sociales:

La posición de los adolescentes respecto la enseñanza digital es de conocimiento de la importancia de su uso a futuro, de búsqueda de información o autoaprendizaje; pero que, en cuanto a la preparación de las escuelas para impartir tal formación, en ocasiones la cantidad de computadoras, la infraestructura de los espacios donde se encuentran o el uso que los docentes les permiten darle a los dispositivos (infrautilización por falta de familiaridad con la tecnología), dificultan su aprendizaje (Unicef, 2017). En el contexto de Perú, Condori habla acerca de la falta de recursos educativos en las escuelas.

La escasez de materiales en sus bibliotecas es una de las más serias limitaciones para la formación de niños y jóvenes de los sectores menos favorecidos económicamente. Esa carencia podría resolverse con una dotación mínima de computadores con acceso a Internet de banda ancha en las bibliotecas escolares. La gran cantidad de libros, revistas, periódicos, diccionarios, enciclopedias, mapas, documentos, videos, muchísimos de ellos gratuitos y con capacidad de multimedia, justifican una inversión inicial en dotación e instalación de equipos y un gasto de sostenimiento cuyo valor sería marginal si se lo compara con el gasto educativo de cualquier país latinoamericano.

El acceso a Internet permitiría, además, una cantidad de experiencias educativas nuevas como visitas a museos de arte y de ciencias, acceso a laboratorios virtuales, viajes virtuales a ciudades o regiones remotas, utilización de software educativo interactivo, etc. (Condori, 2018, p.27)

2.10. Análisis de audiencias

Para el análisis de audiencias de esta investigación tenemos a los niños de cuarto grado “A” de secundaria del Colegio Cristo Rey de Cajamarca. Se escogió a los alumnos y alumnas pues son los que se ven mayormente afectados por las deficiencias académicas

que presenta las nuevas modalidades de clases virtuales. También, de acuerdo a las encuestas, son los alumnas y alumnos los que muestran una gran cantidad de ausentismo en las clases virtuales impartidas, sobre todo en los cursos de Tutoría, Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente.

También se escogió a los alumnos ya que el Colegio Cristo Rey no cuenta con estrategias de Comunicación dirigidas a los estudiantes, ya que la mayor parte de las estrategias publicadas en su página de Facebook van dirigidas a los padres de familia.

2.11. Público objetivo:

Se define como público objetivo primario a los alumnos y alumnas de cuarto grado “A” de secundaria del Colegio Cristo Rey de Cajamarca, por los altos niveles de ausentismo escolar. Como público secundario tenemos a los profesores y al tutor de los alumnos de cuarto de secundaria, ya que se verán indirectamente beneficiados por la estrategia de comunicación que se implementará, porque se reducirá el nivel de inasistencia y se fomentará una mejor relación entre profesor-alumno.

Nuestro público primario está formado por 41 alumnos, de entre 14 y 15 años. Son 20 mujeres y 21 hombres. Todos son de nacionalidad peruana. De acuerdo a las encuestas realizadas a 26 alumnos de cuarto grado A del colegio Cristo Rey, tomamos en cuenta que el 65.4% de los alumnos se conecta a clases virtuales con una laptop, y el 34.6% lo hace a través de una computadora de escritorio. El 77% de alumnos cuenta con un dispositivo propio para conectarse a clases, y el 23% tiene que compartir su dispositivo con otro miembro de la familia. El 46% ha experimentado problemas al intentar conectarse a clases, y el 87% de los alumnos señala que el mayor problema al que se enfrentan es la poca o deficiente conexión a internet.

Los alumnos de cuarto grado A llevan once cursos, los cuales son: tutoría, matemática, comunicación, inglés, ciencias sociales, ciencia, tecnología y ambiente, educación física, educación para el trabajo, religión, arte y cultura y desarrollo personal, ciudadano y cívico. El curso al que más le gusta entrar al 50% de los alumnos es Desarrollo personal, ciudadanía y cívica. Mientras que el curso que menos disfrutan entrar es Matemática.

Los cursos que tienen mayor nivel de asistencia son Desarrollo Personal, Ciudadanía y Cívica, Ciencias Sociales y Comunicación. Y los que tienen menor nivel de asistencia son Tutoría (30% de inasistencia), matemática y Ciencia, tecnología y ambiente (20% de inasistencia).

El público objetivo secundario son los profesores de los alumnos de 4to A de secundaria del colegio Cristo Rey, siendo estos 10 docentes de la institución educativa.

2.12. Análisis CAP:

Para poder realizar la mejor estrategia de comunicación, es necesario analizar el comportamiento de nuestro público objetivo en relación al problema identificado para conocer el cambio que se debe llevar a cabo.

El principal método de recolección de información fue a través de entrevistas virtuales, en las cuales se realizaron preguntas abiertas, a cuatro estudiantes del cuarto grado A de secundaria del colegio Cristo Rey de Cajamarca.

Tabla 2.1.

Grupo social	Problemática identificada	Comportamiento relacionado	Relación con CAP
Alumnos de cuarto grado A de secundaria del colegio Cristo Rey	Inasistencia a tres cursos: matemática, tutoría y CTA	Saben que es importante entrar a clases	Conocimiento: Aprendizaje y Capacitación
		Disfrutan las clases dinámicas y participativas	
		Consideran que los profesores no son dinámicos	
		No comprenden las clases, por lo que deciden no entrar	
		Prefieren no participar en clase por miedo a no hacerlo bien	Actitud: motivar el

		Tienen poco interés en las clases virtuales	cambio, la acción
		Muestran interés en seguir aprendiendo, entregando las tareas	
		Mala relación entre profesor-alumno	Práctica: motivar a la acción
		Deficiente conexión a internet limita sus opciones	

2.12.1. Análisis de comportamientos de alumnos de cuarto de secundaria:

Tabla 2.2.

Comportamientos de alumnos de cuarto de secundaria del colegio Cristo Rey			
Comportamientos actuales	Disposición para entrar a clases virtuales entretenidas y dinámicas.		
Comportamientos factibles	Preparación para entrar a clases virtuales con preguntas y dudas sobre temas y puntos que no se comprendieron en clases anteriores.		
Comportamientos ideales	Una mejor comprensión entre profesor-alumno para realizar mejores clases virtuales. Ser interactivos y dar feedback constante.		
Beneficios y consecuencias	¿Por qué deberían adoptar este comportamiento?	¿Qué beneficios obtendrían?	¿Cuál es el costo de oportunidad?
	Para que haya menor	Una mejor calidad educativa y mejorar el	Disponibilidad de tiempo

	inasistencia en las clases virtuales.	rendimiento académico personal.	
Factores que favorecen la adopción del nuevo comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - El manejo adecuado por parte de los alumnos de las herramientas educativas. - Plataformas interactivas que permitan escuchar al estudiante. - La motivación por parte de los estudiantes a estudiar y su interés por su educación. 		
Factores que dificultan la adopción del nuevo comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo inadecuado por parte de los docentes de las herramientas educativas. <ul style="list-style-type: none"> - Poca y deficiente conexión a internet. - Los profesores no realizan feedback sobre la nueva forma de enseñanza virtual por parte de los alumnos. 		

2.13. Conclusiones de diagnóstico:

Por las medidas preventivas que el Gobierno sigue dictaminando contra el COVID-19 en Cajamarca, estando en abril en un nivel de alerta “muy alto”.



Fuente: Gobierno del Perú.

Las medidas preventivas usadas por este nivel de alerta son:

- Restricción de vehículos particulares: domingos todo el día.
- Inmovilización social obligatoria estricta: de lunes a domingo de 9:00 pm a 4:00 am del día siguiente.
- Establecimientos comerciales deben cerrar dos (02) horas antes del inicio de toque de queda.
- Transporte interprovincial terrestre: se permite con un aforo del 50% al 100%, según las disposiciones para viajes interprovinciales terrestres durante la emergencia nacional.
- Aforos permitidos: casinos, tragamonedas 20%, y espacios abiertos 30%.

Estas medidas siguen impidiendo el retorno a clases presenciales de manera indefinida, por lo que el colegio Cristo Rey sigue trabajando con una planificación de todo el año escolar 2021 realizado de manera virtual.

El Colegio se ha preparado de manera constante con capacitaciones virtuales para el uso de las plataformas virtuales por parte de los docentes, ha realizado la compra de licencias para una mejor experiencia virtual a través de la plataforma de Zoom; y han entregado los recursos necesarios para las familias que no disponen de una computadora o laptop para que puedan continuar con los estudios.

La estructura organizacional del colegio es jerárquica; pero principalmente las decisiones que se toman las realiza el director Alaín Alméstar Cieza, junto con el subdirector académico, Miltón González. El director también, según lo dicho en la entrevista, entra paulatinamente y habla con los alumnos, tanto de secundaria y de primaria, para conocer cuáles son los principales problemas que ellos tienen con las clases virtuales.

Respecto a su comunicación digital, no tienen una gran experiencia ya que solo manejan una cuenta de Facebook; por lo que nuestra campaña estará dirigida más a una comunicación interna que a una comunicación externa, ya que nuestro público objetivo son alumnos del colegio. Se utilizarán también las redes sociales, pero dirigidos a nuestro público.

Hemos podido concluir que los alumnos se encuentran dispuestos a adaptarse a las nuevas formas de acción que proponemos para mejorar tanto el nivel de inasistencias, como para mejorar la relación profesor-alumno.



3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

3.1. Propuesta de comunicación:

3.1.1. Descripción de propuesta y posicionamiento:

Descripción:

Como solución al problema y a la investigación que se ha realizado, se plantea la estrategia de comunicación para mejorar la relación entre los profesores y alumnos del 4to de secundaria del Colegio Cristo Rey de Cajamarca, “Ayúdanos a Ayudarte”, que se realizará a través de piezas comunicacionales que se presentarán a las alumnos del cuarto de secundaria del colegio Cristo Rey a través de las plataformas que hemos identificado que más utilizan: Gmail, Whatsapp y el Facebook institucional.

Hemos elegido tres piezas principales para realizar esta estrategia: la primera es un afiche sobre los dos personajes que utilizaremos en la campaña, Cami y Leo, contando en forma de experiencia personal los beneficios que genera asistir a las clases de Tutoría; la segunda es una pieza radial que cuenta la experiencia de Leo y Cami en las clases de tutoría. La tercera pieza es una infografía dirigida a los docentes de cuarto grado de secundaria, dando tips para mejorar sus relaciones con los alumnos y alumnas.

Características:

- Las piezas comunicacionales puede ser visualizadas en cualquier momento disponible, ya que se quiere que los alumnos las tengan a su alcance.
- Con la creación de dos personajes, Leo y Cami, se habrá la posibilidad de una alta identificación por parte de los alumnos de cuarto de secundaria.
- Piezas cortas, entendibles y fáciles de compartir.

Beneficios:

- Alto nivel de indentificación, lo que aumentaría la asistencia a las clases virtuales.
- Interacción entre profesores y alumnos, para mejorar su relación.

3.1.2. Objetivo general:

Mejorar la relación entre profesor-alumno de los alumnos de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey en los cursos con mayor cantidad de inasistencias en el mes de abril de 2021.

3.1.3. Objetivos secundarios:

O.S.1.: Aumentar la asistencia al curso de tutoría por parte de los alumnos de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

O.S.2.: Motivar la asistencia a los cursos de Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente por parte de los alumnos de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

O.S.3.: Implementar capacitaciones para mejorar el manejo de las TICS por parte de los docentes de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

3.2. Estrategia de Comunicación:

Para lograr el objetivo general, mejorar la relación entre profesor-alumno de los alumnos de cuarto de secundaria “A” del Colegio Cristo Rey, se propone la estrategia principal de “Ayúdanos a Ayudarte”.

“Ayúdanos a Ayudarte” se tratará de un espacio que se dará una vez al mes en colaboración con el profesor de Tutoría del Colegio, en el que el profesor pedirá un feedback constante de sus clases virtuales a los alumnos, y también pedirá un feedback de las clases que cuentan con mayor inasistencia, como son matemática y ciencia, tecnología y ambiente. Esto después se comunicará en una reunión con todos los docentes de secundaria.

Para motivar la asistencia a clase de Tutoría se utilizarán tres piezas de comunicación: un afiche, una infografía y un spot radial.

3.2.1. Segmentación de audiencias:

Público objetivo primario:

- Alumnos y alumnas de cuarto grado de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

Público objetivo secundario:

- Docentes de cuarto grado de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

Aliados:

- Director y otros docentes del colegio Cristo Rey.

3.2.2. Definición de costos sociales:

El mayor costo social de no aumentar la asistencia en las clases virtuales es el bajo rendimiento académico que, con el tiempo, puede terminar en deserción escolar. Es principalmente importante en los alumnos de cuarto grado de secundaria ya que están a dos años de comenzar la universidad; y un bajo rendimiento académico puede disminuir su autoestima y sus opciones universitarias.

3.2.3. Objetivos de Comunicación:

Público objetivo primario: alumnos y alumnas de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey.

Objetivo general: Lograr que el 80% de los alumnos y alumnas se identifiquen con las piezas de comunicación.

Objetivos específicos:

Tabla 3.1.

<u>Problema</u>	<u>Objetivos específicos</u>	<u>Relación CAP</u>
Saben que es importante entrar a clases	Informar sobre las ventajas de ir a clases	Conocimiento
Muestran interés en seguir aprendiendo, entregando las tareas	Reforzar la importancia y ventajas de asistir a clases virtuales	Conocimiento
No comprenden las clases, por lo que deciden no entrar	Informar sobre las nuevas prácticas con las herramientas digitales	Actitud

Tienen poco interés en las clases virtuales	Implementar más interactividad en las clases virtuales	Actitud
Disfrutan las clases dinámicas y participativas	Reforzar los conocimientos de herramientas digitales	Actitud
Prefieren no participar en clase por miedo al profesor o a no hacerlo bien	Implementar canales para mejorar la comunicación e interacción entre profesor-alumno	Práctica
Deficiente conexión a internet limita sus opciones	Implementar canales de capacitación para el uso óptimo de internet	Práctica

Fuente: elaboración propia

3.2.4. Acciones:

Descripción de las acciones para el público objetivo primario: alumnos y alumnas del cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey:

1. Elaborar una infografía que motive a los alumnos y alumnas a asistir a clases de tutoría:
 Como inicio de nuestra estrategia de comunicación, los alumnos y alumnas tiene que asistir a las clases de tutoría, para lo cual se hará una infografía que se enviará a través del Gmail institucional como por WhatsApp. En la infografía se especificará los beneficios y ventajas que trae a largo plazo asistir a las clases de Tutoría, tanto para ese curso como para los cursos en general.
2. Crear recordatorios de las clases de Tutoría y “Ayúdanos a Ayudarte”:
 “Ayúdanos a Ayudarte” se dará la primera clase de cada mes, por lo que es importante generar recordatorios constantes unos días antes de cada taller para que los alumnos puedan prepararse para el feedback que se dará en clases. Los recordatorios se enviarán por medio de una pequeña imagen enviada por Whatsapp y por Gmail institucional.

3. Crear el post radial “Leo y Cami van a tutoría”:

Para motivar a los alumnos se realizará un post radial que se enviará tanto por WhatsApp como se presentará antes del inicio de cada taller, en el que se contará la historia de los personajes de la campaña, Leo y Cami, dos alumnos de cuarto de secundaria que ingresan a las clases de tutoría y ayudan a los profesores a ser mejores.

4. Realizar vídeo-tutoriales sobre el uso correcto de las herramientas digitales:

Como los alumnos y alumnas están por un tiempo indefinido en clases virtuales, se realizarán vídeo-tutoriales que se enviarán a los alumnos sobre un uso más óptimo de las herramientas digitales, para que las clases sean más interactivas y dinámicas.

5. Realizar encuestas después de cada taller:

Para poder medir y analizar el éxito de la campaña, se realizará una pequeña encuesta después de cada taller, en la que se preguntará: ¿te ha ayudado esta conversación? Y cada mes se preguntará si los alumnos y alumnas han sentido algún cambio por parte de los docentes.

6. Asesorías personalizadas:

Como parte de la estrategia de comunicación, discutida con el director Alain Alméstár Cieza, también se implementarán asesorías personalizadas dos veces a la semana, y los alumnos podrán solicitarlas a su tutor, que después lo comunicará al docente encargado. Para esto realizaremos afiches informativos sobre los horarios disponibles de cada docente, y se enviarán por Gmail institucional.

7. Concurso “Somos Maristas, seámoslo siempre”:

Concurso que se implementará en la clase Tutoría e involucrará las clases de Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente. Consistirá en una alianza entre los profesores y el tutor de Cuarto grado de secundaria “A”, en la que se premiará a los alumnos que más asista a clases y más participe. El concurso también

consistirá en crear una historia con los objetos que los profesores anuncien en clase. Se medirá en:

Tabla 3.2.

TAREAS	FRECUENCIA	DETALLE	PUNTOS
Asistencia a clases	Diaria	El alumno y/o la alumna asisten a todas las clases de las asignaturas	3
Participación en clase	Diaria	El alumno y/o la alumna participan frecuentemente en clases	5
Atención en clase	Diaria	El alumno y/o la alumna mantiene su cámara encendida durante toda la clase	4
Somos Maristas	Semanal	Recopilar los objetos dados por los docentes	4
Entrega final	Mensual	El alumno y/o la alumna entregará la historia que ha creado con los objetos dados por los profesores.	4
TOTAL			20

8. Vídeotutoriales del uso de Kahoot:

Como parte de la estrategia y de nuestros objetivos de mejorar la relación entre el alumno-profesor, y de realizar clases más dinámicas, se realizará un vídeotutorial del uso de Kahoot para los alumnos, vídeos que se presentará antes de realizar cada juego en clases.

9. Afiches sobre el uso óptimo de internet:

Para disminuir el problema de conexión que más del 50% de los alumnos encuestados experimental al entrar a clases virtuales, se enviará por medio del correo institucional afiches explicando cómo conectarse de manera correcta a internet.

10. Talleres “Ayúdanos a Ayudarte”:

Como parte de la estrategia de comunicación se quiere implementar en la primera clase de cada mes en la clase de Tutoría los talleres “Ayúdanos a Ayudarte”, que consistirán en una charla constante de los alumnos con el tutor sobre los problemas que han experimentado en el mes en las clases virtuales, y también se dará un feedback sobre el desempeño de los docentes del grado.

Acciones para el público objetivo primario:

ACCIONES	METAS	INDICADORES
1. Elaborar una infografía que motive a los alumnos y alumnas a asistir a clases de tutoría	1	# de infografías realizados
	80%	% de alumnos y alumnas que recibieron la infografía
2. Crear recordatorios de las clases de Tutoría y “Ayúdanos a Ayudarte”	10	# de recordatorios
	80%	% de alumnos y alumnas que entraron a clase
3. Crear el post radial “Leo y Cami van a Tutoría”	1	# de post radiales
	80%	% de alumnos y alumnas que escucharon el post radial
4. Realizar vídeo-tutoriales sobre el uso correcto de las herramientas digitales	1	# de vídeo tutoriales
	80%	% de alumnos que recibieron el vídeo
5. Enviar afiches por el correo institucionales sobre las herramientas digitales disponibles	1	# de encuestas
	100%	% de alumnos que reciben los afiches
6. Asesorías personalizadas	2	# de asesorías por semana
	80%	% de alumnos y alumnas que asistieron a las asesorías

7. Concurso “Somos Maristas, seámoslo siempre”	4	# de concursos
	75%	% de alumnos y alumnas que participan en el concierto
8. Vídeotutoriales del uso de Kahoot	1	# de vídeos
	80%	% alumnos y alumnas que ven el vídeo
9. Afiches sobre el uso óptimo de internet:	1	# de afiches
	80%	% de alumnos y alumnas que reciban el afiche
10. Talleres “Ayúdanos a Ayudarte”:	7	# de talleres
	80%	% de alumnos y alumnas que asisten a los talleres

Tabla 3.2.

Descripción de las acciones de comunicación para el público objetivo secundario: los docentes y tutor de cuarto de secundaria del Colegio Cristo Rey.

1. Vídeotutoriales del uso de herramientas digitales:

Como parte de la estrategia y de nuestros objetivos de mejorar la relación entre el alumno-profesor, y de realizar clases más dinámicas, se realizará un vídeotutorial sobre el uso óptimo de las herramientas digitales utilizadas en clase, tales como Zoom y Google Meets, que se enviará a los profesores a través del correo institucional. Se realizará esta actividad ya que de acuerdo a la entrevista con el director del colegio Cristo Rey, Aláin Alméstara Cieza, el 50% de profesores no asistió a las capacitaciones virtuales sobre Zoom y Google Meets que realizó el colegio, pese a que eran de carácter obligatorio.

2. Videotutoriales del uso de Kahoot:

Para realizar las clases de manera más dinámica, se realizarán concursos y juegos en clases por medio de la plataforma Kahoot. Para esto se hará un pequeño vídeo tutorial para los docentes, para que conozcan la plataforma y aprendan a utilizarla. Se enviará el vídeo tutorial a través del correo institucional, y se pasará en las capacitaciones a docentes que se realicen a lo largo del 2021.

Acciones para el público objetivo secundario:

ACCIONES	METAS	INDICADORES
1. Videotutoriales del uso de herramientas digitales	2	# de vídeos a realizar
	80%	% de profesores que ven los vídeos
2. Videotutoriales del uso de Kahoot	1	# de vídeos a realizar
	80%	% de profesores que ven los vídeos.

Tabla 3.3.

3.3. Estrategia creativa:

Después de hacer encuestas a los alumnos de cuarto de secundaria “A” del colegio Cristo Rey, se decidió por el concepto creativo de “Ayúdanos a Ayudarte”, en el que la historia en todas las piezas comunicacionales dirigidas a los alumnos y alumnas de cuarto grado de secundaria “A” estarían contadas a través de Leo y Cami, dos alumnos del colegio que necesitan ayuda en diversas clases, como matemática y ciencia, tecnología y ambiente; estos dos personajes ayudan a los profesores a mejorar en sus clases asistiendo a clases, prestando atención y dándoles feedback constante. Se usará a los dos personaje en todas las piezas dirigidas a los alumnos y alumnas de cuarto de secundaria del colegio Cristo Rey.

“Ayúdanos a Ayudarte” se plantea principalmente por las encuestas a 29 alumnos y alumnas del cuarto de secundaria “A” del Colegio Cristo Rey, en la que una de las mayores preocupaciones presentadas por los alumnos y alumnas; y una de las razones por las que no entran y/o no les gusta entrar a ciertas clases virtuales es porque “la clase es complicada”, “no es comprensible”, “no es dinámica” y “los profesores no ofrecen mucha ayuda más allá de clases”. Con este concepto, decidimos aliarnos con el tutor del curso implementando una estrategia que permita mejorar la relación de los profesores con los alumnos, al mismo tiempo que aumenta la asistencia a las clases con mayor inasistencia detectadas, como Tutoría, Matemática y Ciencia, Tecnología y Ambiente.

Como se especifica en el objetivo general, lo que busca “Ayúdanos a Ayudarte” es mejorar la relación profesor-alumno de cuarto de secundaria “A” del Colegio Cristo Rey, una relación que se ha vuelto negativa por las clases remotas, la mala conexión a internet

y la deficiente adaptación de algunas clases a la nueva enseñanza virtual. Se busca mejorar esta relación mediante el uso de las herramientas digitales que los profesores y los alumnos tienen a la mano, como son Zoom, Google Meets y Google Classroom.

3.3.1. Mensajes

El mensaje principal de “Ayúdanos a Ayudarte” es la importancia de asistir a las clases de tutoría para poder “mejorar en conjunto”, profesores y alumnos. Se considera que para mejorar la relación entre profesor-alumno, se debe motivar a la asistencia a clases de Tutoría, principalmente porque es la clase en la que la mayoría de los alumnos se sienten más cómodos, según las encuestas realizadas.

El mensaje de “Ayúdanos a Ayudarte” se usará tanto para el público objetivo principal, como para el secundario, haciendo ligeras modificaciones en los formatos.

3.4. Estrategia de contenidos

3.4.1. Plan de medios:

El Colegio Cristo Rey cuenta con limitados canales de comunicación, por lo que nuestra elección son los siguientes:

Canales de comunicación:

Plataforma	Piezas Gráficas
Correo electrónico	Infografía
	Afiche
	Vídeotutoriales
Whatsapp	Infografía
	Afiches
	Spot Radial
Google Meets	Vídeotutoriales
	Afiches
Zoom	Talleres “Ayúdanos a Ayudarte”
	Asesorías personalizadas

Tabla 3.4.

3.5. Piezas comunicacionales:

3.5.1. Ayúdanos a Ayudarte:

La estrategia cuenta con tres piezas comunicacionales principales dirigidas al público objetivo primario, las cuales son:

3.5.1.1. Infografía “¡Los mejores, juntos!”

La infografía se basa en dar consejos basados en actividades y talleres dirigidos hacia los docentes de cuarto de secundaria del Colegio Cristo Rey, actividades para mejorar su relación, como talleres y clases más dinámicas, centradas principalmente en mejorar el feedback por ambos lados. También señalando los beneficios de tener una mejor relación los alumnos y alumnas.

3.5.1.2. Afiche “Vamos a Tutoría”

El afiche se basa en los personajes de Cami y Leo, los protagonistas de nuestra campaña de comunicación. A diferencia de la infografía, que tiene como objetivo informar de las ventajas de asistir a las clases de tutoría, el afiche tiene como objetivo motivar a los alumnos y alumnas de cuarto de secundaria de asistir a las clases de tutoría, contando la experiencia de Cami y Leo como alumnos. En el afiche podemos ver a los personajes caricaturizados de Cami y Leo conversando sobre las clases y las razones por las que no asistirían a la clase de tutoría; después dan consejos sobre lo que podrían discutir en los Talleres de “Ayúdanos a Ayudarte” y finaliza con ambos listos para ir a su clase de Tutoría.

El afiche se enviará, al igual que la infografía, por el correo institucional de cada alumno y alumna; además se publicará en la página de Facebook del colegio Cristo Rey. También, de la mano del delegado del grado, se enviará el afiche por WhatsApp una semana antes del inicio de los Talleres de “Ayúdanos a Ayudarte”.

3.5.1.3. Spot radial “Cami y Leo aprenden juntos”

El spot radial está basado en la misma historia que el afiche, en las experiencias de Cami y Leo en los talleres de “Ayúdanos a Ayudarte”. El spot tiene una duración de un minuto, y tiene como objetivo motivar a los alumnos y alumnas a asistir a las clases de tutoría;

como también fomentar en los alumnos y alumnas una comunicación más abierta con su tutor y docentes.

El spot se enviará solo por WhatsApp, ya que al ser un audio se tiene que asegurar su recepción. También, el tutor del grado lo reproducirá antes de comenzar las clases de tutoría.



4. LECCIONES APRENDIDAS

4.1. Sustentación:

Lo que se busca en este trabajo de investigación es que los alumnos y alumnas de cuarto grado de secundaria del Colegio Cristo Rey tengan una mejor relación con los profesores de los cursos de Matemática, Tutoría y Ciencia, Tecnología y Ambiente; ya que siguiendo la lista de inasistencias son los cursos con mayor porcentaje de inasistencias. Con este objetivo también se quiere disminuir el índice de inasistencia del grado.

4.2. Validación de piezas:

Se validaron tanto el spot radial como la infografía a través de una encuesta virtual a 21 alumnos y alumnas del cuarto grado “A” de secundaria del colegio Cristo Rey. Al ser 41 alumnos en el grado, la encuesta se realizó al 50% de los alumnos y alumnas.

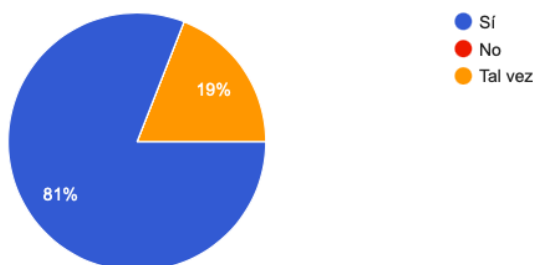
Se puede revisar la encuesta en el siguiente link: <https://forms.gle/5QPPx8fTdokcB55t8>

De la validación concluimos:

- Solo el 19% de los encuestados faltaron a Tutoría, siendo las principales razones que no lo consideran necesario.
- Al 81% de los encuestados les gustó la infografía, y el 19% respondió que “tal vez”, siendo una de las mayores quejas los íconos utilizados y los colores.

¿Te gusta la infografía?

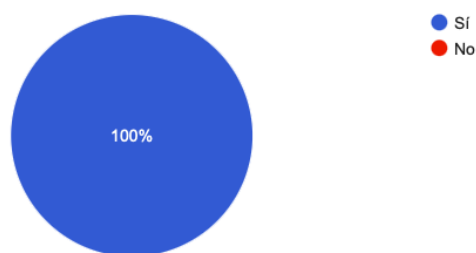
21 respuestas



- El 100% de los encuestados comprendió el mensaje principal.

¿Entiendes el mensaje principal?

21 respuestas



- Se les pidió que escribieran el mensaje principal y el 80% de los encuestados acertó, escribiendo que el mensaje principal es “Tutoría es importante porque nos facilitará el aprendizaje y la comunicación con otros docentes”, el 20% restante escribió que el mensaje principal era asistir a tutoría.
- Se les preguntó, en una escala del 1 al 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan importante consideraban la información revelada en la infografía, el 85% marcó el número 4, considerando la información importante. El 5% marcó 5, considerándola muy importante, y el 10% marcó 3, considerándolo “más o menos” importante.
- El 85,7% marcó que sí considerarían asistir a una clase de tutoría después de ver la infografía, mientras que el 9,5% consideró “tal vez” y solo el 4,8% marcó que “No”. Esto contempla nuestras metas en las acciones, contando con el 80% de participación en las acciones de comunicación.

4.3. Dificultades durante la investigación:

La mayor dificultad con la que nos enfrentamos al realizar esta investigación fue el corto tiempo de trabajo, ya que supuso un reto realizar tanto el diagnóstico como identificación del problema, las encuestas y validaciones en menos de un mes; una de las ventajas que pudimos encontrar fue el mejoramiento de las herramientas virtuales, ya que las validaciones se tuvieron que hacer a varias personas de forma virtual, no con un focus group presencial.

4.4. Recomendaciones:

Una de las principales recomendaciones para esta investigación es realizar una validación de la pieza a los docentes, que no pudimos realizar por el corto tiempo que teníamos. En esta misma línea, también realizar una validación más exhaustiva de las piezas a los alumnos, que no se pudo dar por las mismas razones.

Se recomienda realizar una adecuada estrategia de comunicación integral interna para todos los docentes de la institución educativa, ampliando esta investigación que se realizó principalmente en los alumnos y alumnas de 4to de secundaria. Una estrategia de comunicación que llegue tanto a los alumnos y alumnas, como a los docentes y en menor medida a los padres y madres de familia, que son una parte central de ayuda y monitoreo al rendimiento académico de los alumnos y alumnas.

4.5. Lecciones aprendidas:

Como comunicadora para el desarrollo, volver a los principios de la investigación necesaria para realizar piezas de comunicación y poder desarrollar una estrategia y un concepto creativo fue revitalizante y educador. Es un paso que importante que no suele realizarse como profesional, por el poco presupuesto, los tiempos limitados de entrega de trabajo y más trabas profesionales.

REFERENCIAS

Asamblea General de la ONU. Art. 26 (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos*, 217 A (III). <https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html>

Asamblea General de la ONU. *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*. Art. 13. Naciones Unidas. Serie de tratados. Vol. 993, p. 5 <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/cescr.aspx>

Anaya Figueroa, T., Montalvo Castro, J., Calderón, A. I., & Arispe Alburqueque, C. (2021). Escuelas rurales en el Perú: factores que acentúan las brechas digitales en tiempos de pandemia (COVID- 19) y recomendaciones para reducir las. *Educación*, 30(58). Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/educacion/article/view/2356>

Bustamante, R (2020). Educación en cuarentena: cuando la emergencia se vuelve permanente (segunda parte). Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE). Junio 2020. Edición N. 5.

Bustamante, R. (2020). *Desafíos de la educación escolar a distancia en el Perú* (Webinar). Facebook. <https://www.facebook.com/CR3CE/videos/1677886459030516/>

Cáceres, K. (2020). Educación virtual: Creando espacios afectivos de convivencia y aprendizaje en tiempos de Covid-19. *Ciencia América*, 9(2), 38-44. DOI: <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.284>

Castells, M. (2006). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Volumen I. Séptima edición. México: Siglo XXI Editores.

Cueto, S. (2020). Tecnología y emergencia educativa. Recuperado de: <https://educared.fundaciontelefonica.com.pe/actualidad/tecnologia-y-emergencia-educativa-por-santiago-cueto/>

Dirección Regional de Educación de Cajamarca (s.f.) *¿quienes somos?* <http://www.educacioncajamarca.gob.pe>

D. S. No 044-2020-PCM (2020) Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19. Lima, Perú.

D. U. No 026-2020-MINEDU (2020) Decreto de urgencia que establece diversas medidas excepcionales y temporales para prevenir la propagación del coronavirus (COVID-19) en el territorio nacional. Lima, Perú.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/566447/DU026-20201864948-1.pdf>

Diario El Peruano. (15 de marzo del 2020). Gobierno declara estado de emergencia nacional y aislamiento social obligatorio por 15 días. El Peruano. Recuperado de <https://www.elperuano.pe/noticia-gobierno-declara-estado-emergencia-nacional-y-aislamiento-social-obligatorio-15-dias-92075.aspx>

Diario El Peruano. (11 de julio del 2020). Abnegada labor del profesorado. El Peruano. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia-abnegada-labor-del-profesorado-99487.aspx>

Diario El Peruano (2020). *Ministro de Educación: Informe mensual de docentes permitirá mejorar educación a distancia*. Recopilado el 13 de julio de 2020 de: <https://elperuano.pe/noticia-ministro-educacion-informe-mensual-docentes-permitira-mejorar-educacion-a-distancia-96621.aspx>

Diario Gestión. (6 de marzo de 2020). Coronavirus: Vizcarra confirma el primer caso en el Perú. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/peru/coronavirus-en-peru-martin-vizcarra-confirma-primer-caso-del-covid-19-en-el-pais-nndc-noticia/?ref=gesr>

Diario Gestión. (16 de julio del 2020). ¿Zoom o Google Meet, qué app experimentó un mayor crecimiento durante la cuarentena en Perú? Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/zoom-o-google-meet-que-app-experimento-un-mayor-crecimiento-durante-la-cuarentena-en-peru-nndc-noticia/>

Estadística de la Calidad Educativa [ESCALE] (2020, 10 de Noviembre). Resultados de la estrategia Aprendo en Casa.

http://escale.minedu.gob.pe/c/document_library/get_file?uuid=fbe5166f-5d97-4c0f-8f54-55a14ef61850&groupId=10156

Encuestas a alumnos del cuarto grado “A” de secundaria del Colegio Cristo Rey de Cajamarca, 18 de abril de 2021.

Entrevistas a alumnos del cuarto grado “A” de secundaria del Colegio Cristo Rey de Cajamarca, 20 de abril de 2021.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF; Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia DIF. (2014). *Observaciones generales del Comité de los Derechos del Niño*. <https://rpp.pe/audio/podcast/informes-rpp/la-educacion-a-distancia-y-virtual-integracion-al-bicentenario-3357?ref=rpp>

García, M. (2020). La docencia desde el hogar. Una alternativa necesaria en tiempos del Covid-19. Polo del conocimiento: Revista científico - profesional, 5(4), 304-324. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398376>

Guadalupe, C. (2020). La educación a distancia: ¿remedio forzado u opción deseable? El Comercio, 12 de mayo 2020.

Hodges, C., S. Moore, B. Lockee, T. Trust y A. Bond (2020). The difference between emergency remote teaching and online learning. Educause Review, 7. Recuperado de: <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning>

Ley N.º28044. Ley General de Educación (2012). Recuperado el 5 de junio de 2020, en: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf

Luna (2018). ¿Qué son las TICs? <https://es.weforum.org/agenda/2019/02/que-son-las-tics/>

INEI. (2021). Estado de la niñez y la Adolescencia. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-ninez-y-adolescencia.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e informática. (2018). Estadística de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Enero, Febrero, Marzo 2018. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n02_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2018.pdf

Maristas Perú (s.f) *Somos*. <https://maristasperu.pe/1-nosotros/somos/>

Mateus, J. C. (2008). El mito de la pantalla que educa. Televisión y educación en el Perú: Tensiones y posibilidades. *La Mirada de Telemo. Revista Académica*, 1, 1-10.

Ministerio de Educación (2013). Proyecto de inversión a nivel de factibilidad. Mejoramiento de las oportunidades de aprendizaje con tecnologías de la información y comunicación en zonas rurales. Lima.

Ministerio de Educación del Perú [Minedu]. (2020a) Orientaciones generales - Recursos-Aprendo en casa. <https://resources.aprendoencasa.pe/perueduca/orientaciones-generales/generales-docentes.pdf>

Ministerio de Educación del Perú [Minedu]. (2020b) Orientaciones para la familia. ¿Qué es Aprendo en Casa y cómo funciona? <https://resources.aprendoencasa.pe/perueduca/orientaciones/familia/familia-orientaciones-que-es-aprendo-en-casa.pdf>

Ministerio de Educación del Perú [Minedu].(2020c) Orientaciones para el desarrollo de la estrategia Aprendo en casa. Prestación a distancia y presencial del servicio educativo según RM 160-2020-MINEDU. <https://www.ugel01.gob.pe/wp-content/uploads/2020/04/Orientaciones-Aprendo-en-Casa-02-04-20.pdf>

Ministerio de Educación (2020). Avances de estrategia Aprendo en Casa. Reporte al 13 de abril del 2020.

MINEDU (2020). *Guía para el trabajo remoto de los profesores*.
<http://www.minedu.gob.pe/reforma-magisterial/pdf/guia-de-trabajo-remoto-para-docentes.pdf>

Minedu (2020). Resolución Viceministerial N° 079-2020.
<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/459956-079-2020-minedu>

Minedu (s.f.). Resolución Ministerial N° 160-2020. Recuperado el 7 de junio del 2020, en: <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/466108-160-2020-minedu>

Naciones Unidas (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.

OMS. (s.f.). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Temas de Salud. Organización Mundial de la Salud.
<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

Orrantia, Josetxu. (2006). Dificultades en el aprendizaje de las matemáticas: una perspectiva evolutiva. *Revista Psicopedagogía*, 23(71), 158-180. Recuperado em 25 de abril de 2021, de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862006000200010&lng=pt&tlng=es.

OSIPTEL (2020). *Retos para cerrar la brecha digital en el Perú*. Recuperado de: <https://www.osiptel.gob.pe/media/uaxgb32q/ppt-retos-cerrar-brechadigital.pdf>

Pinos-Coronel, P; García-Herrera, D.; Erazo-Álvarez, J.; Narváez-Zurita, C. (2020) Las TIC como mediadoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje durante la pandemia del COVID-19. *Revista arbitrada interdisciplinaria Koinonía*. ISSN-e 2542-3088, [Vol. 5, N° Extra 1, 2020](#). Universidad Católica de Cuenca.

Santiago, A., E. Severín, J. Cristia, P. Ibararán, J. Thompson y S. Cueto (2010). Evaluación experimental del programa “Una Laptop Por Niño” en Perú. *Aportes*, 5, 1-12.

Saravia, M. (2020). El golpe del martillo. Percepciones y tendencias sobre la pandemia. Primera edición. Lima: InTarget.



ANEXOS

<https://drive.google.com/drive/folders/1-Z5q8e9xIE1KJEmKc2lA3ss1BUeD2N1M?usp=sharing>

