



MARIANO MORENO
EGRESADOS 2020

EDICION ESPECIAL 

Categoría: 11. Eventos

Capítulo: ONG

Título: Mariano Moreno Edición Especial 2020

Organización: Mariano Moreno Instituto Superior

Asesor: Cristian Fonseca

Responsable: Cristian Fonseca

Mariano Moreno Instituto Superior, es una organización cordobesa que se inscribe en la institución educación. Actualmente cuenta con una comunidad educativa constituida por más de 1600 alumnos y 125 profesores de las siguientes carreras: Diseño Gráfico y Publicitario, Diseño de Indumentaria, Periodismo, Periodismo Deportivo, Turismo, Hotelería, Gastronomía y Organización de Eventos y Espectáculos, todas oficiales y de tres años de duración. Además, complementan la oferta educativa, más de 40 cursos vinculados a las carreras, con propuestas de 4 a 9 meses y con título privado. Con una trayectoria de 38 años, Mariano Moreno se ha posicionado como centro de formación apoyado en la “práctica” y el hacer profesional.

En marzo de 2020, antes de comenzar el ciclo lectivo, el gobierno nacional decreta el aislamiento social preventivo y obligatorio a causa del covid 19, por lo que las clases iniciaron formalmente la segunda quincena del mes en la modalidad online, extendiéndose así durante todo el período anual. El instituto emprende un proceso de reorganización y adaptación al nuevo escenario, a través de una metodología de enseñanza a distancia, involucrando aspectos pedagógicos, procedimentales y administrativos. La falta de experiencia en la gestión de aquella modalidad trajo como principal consecuencia una desmotivación en el equipo docente, académico, administrativo y sobre todo en los estudiantes.

En los últimos 5 ciclos lectivos¹, durante las dos primeras semanas de clases se produce una deserción promedio del 12% en los ingresantes a primer año de todas las carreras. En el 2020 como consecuencia de la adaptación institucional a la nueva modalidad no presencial, no se pudieron desarrollar las actividades de la Semana de Ambientación, aumentándose así el nivel de deserción en 8 dígitos durante los meses de marzo-abril.

Otro factor importante que influyó negativamente en la desmotivación de los estudiantes y en el desarrollo organizativo, fue el aislamiento repentino durante un largo período de tiempo, alejando a los jóvenes de sus familiares y grupos de amigos. La falta de contención emocional y sociabilización con pares también se complementó con los problemas económicos de las familias que no pudieron hacer frente al pago de las cuotas mensuales por los servicios educativos.

La organización tuvo que desarrollar internamente un programa de readaptación de contenidos y metodologías para los alumnos de tercer año de todas las carreras, que debían realizar las prácticas profesionalizantes necesarias y en muchos casos obligatorias, para regularizar materias y completar contenidos primordiales para el desempeño profesional futuro.

¹ Según datos estadísticos del Área Administrativa del instituto para el periodo marzo 2015-marzo 2020. El motivo principal de la deserción es la falta de conocimiento en el alcance de la salida laboral de la carrera elegida y la cantidad de contenidos conceptuales que no corresponden con las expectativas de los ingresantes.

Lo inesperado del aislamiento y las condiciones sociales - económicas de los alumnos de Mariano Moreno, dificultaron la realización de “actividades prácticas” que los docentes habían planificado, como es el caso de las carreras de Gastronomía y Diseño, donde aquellos no contaban con los utensilios ni la materia prima necesaria en sus hogares para el desarrollo de los prácticos.

Lo complejo de este escenario, se acentúa aún más si consideramos que la focalización en la “práctica” no sólo es la ventaja competitiva de Mariano Moreno, sino un valor institucional que define su identidad e imagen.

Finalizando el mes de julio, el escenario parecía empeorar, reduciéndose en un 30% la inscripción de alumnos a los cursos cortos de formación profesional. El motivo, según los directivos, fue la percepción que tenían los futuros estudiantes de encontrarse con escasos o nulos espacios de “prácticas”.

En Agosto, el entorno caracterizado por la incertidumbre, avizoraba la continuidad de la modalidad online y escasos espacios de “prácticas” en las instalaciones del instituto como en las vinculaciones con organizaciones de los diferentes sectores, como por ejemplo los programas de pasantías de los alumnos de Organización de Eventos en ferias, exposiciones, congresos, entre otros.

Ante la imposibilidad de organizar las clásicas Jornadas Puestas Abiertas presenciales en los meses de setiembre-octubre y de crear contenidos comunicacionales para destacar las “prácticas profesionales” en los canales oficiales (por la falta de éstas), en agosto del 2020 se comienza a planificar otras estrategias de comunicación institucional, focalizándose en este caso, en la ceremonia de colación a realizarse en diciembre, considerada verdadera herramienta de comunicación capaz de connotar valores que contribuyan a posicionar el instituto como centro de formación enfocado en la “práctica”.

Es así como el evento de colación sería el medio para connotar el “hacer” de la organización y transmitir una serie de valores que contribuyan a motivar no sólo el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos y docentes, sino a posicionar el instituto en los futuros ingresantes 2021. ¿Por qué el evento como plan de comunicación? La colación es una acción natural, formal y oficial de comunicación que se realiza sistemáticamente todos los años como cierre del ciclo correspondiente, y se la lleva a cabo como lo hacen todas las demás organizaciones del sector. Decidir que la ceremonia de entrega de diplomas sea el canal para connotar los valores institucionales también se justifica en la necesidad de mostrar todo lo que se hizo en el año sin apelar a mensajes persuasivos propios de las campañas de publicidad o a ciertos discursos del ámbito de las jornadas puertas abiertas, que son eventos eminentemente del entorno de la promoción y la comunicación directa de los servicios educativos. Era necesario comunicar lo que se hizo en el ciclo 2020, con un discurso

más informativo que persuasivo y la colación por lo tanto, era el escenario pertinente para producir y difundir contenidos institucionales nuevos en los medios oficiales de Mariano Moreno. La ceremonia de fin de año, ahora sería planificada como el espacio para la entrega de diplomas a los egresados, pero también de motivación del proceso de enseñanza-aprendizaje, reconocimiento del esfuerzo de los miembros de la comunidad educativa y sobre todo un nuevo espacio institucional para comunicar el “hacer” que motive a los ingresantes. Consistió en una estrategia organizativa que definió a su vez una política comunicacional nueva: difundir el hacer, sin eufemismos ni recursos persuasivos y retóricos, alejado de promesas futuras, capaces de construir la confianza en los públicos de interés.

El Evento así, como campo semiótico, sería el medio para comunicar, a modo de balance, lo realizado por toda la comunidad educativa en un año muy particular.

Carlos Fuentes² destaca que en este contexto de aislamiento donde se limita el vínculo humano primitivo de mirarse, tocarse, apretarse, estar frente a frente; en todos los eventos es necesario apelar a lo simbólico, a la producción de discursos paralingüísticos capaces de recuperar el valor expresivo e involucrar emocionalmente a los asistentes. Los nuevos eventos híbridos no sólo demandan acciones de logística y protocolares, sino comunicativas ya que la informatización del acto no puede perder el foco en lo simbólico, donde todo se agudiza, exagera y potencia. Es así como este evento de fin de año, sería el escenario ideal para disponer de un amplio repertorio de elementos simbólicos y significativos que connoten valores y expliciten las acciones realizadas en el Mariano Moreno.

Objetivos generales:

- Contribuir a la Motivación del proceso de enseñanza-aprendizaje de alumnos y profesores.
- Posicionar a la organización como centro de formación enfocado en la “práctica profesional”.
- Connotar lo realizado en el año para colaborar en el incremento del nivel de inscriptos para el ciclo 2021.

Objetivos específicos:

- Reconocer el esfuerzo de docentes y personal no académico y administrativo.
- Propiciar la motivación de los estudiantes de primer a tercer año.

² Organizador de Eventos (ODE), Protocolo y Periodista. Doctor y Profesor en Universidad Rey Juan Carlos. Master en Protocolo, Organización de Eventos y Relaciones Institucionales. Director de International School of Event Management & Communication (ISEMCO). Ponencia del 14 de julio de 2020 en la Jornada on line Pre Congreso CODE, Congreso Internacional de Comunicación y Organización de Eventos organizado por Fundación INNOVAS Argentina.

- Comunicar lo realizado en el año a través de los espacios de práctica profesionalizante.
- Mejorar el nivel de inscriptos para el ciclo 2021.
- Crear contenidos comunicacionales que connoten los valores institucionales: perseverancia, resiliencia, entusiasmo, creatividad y compromiso
- Motivar a los egresados 2020.
- Crear un clima en el evento cargado de significaciones basado en las vivencias personales donde los asistentes puedan proyectarse y construir así su propia experiencia.
- Recuperar el valor expresivo y emotivo del evento presencial, adaptándolo a la nueva modalidad online.

Públicos: Alumnos de primero, segundo y tercer año de todas las carreras. Jóvenes ingresantes. Familiares de alumnos y egresados. Docentes. Personal no docente y administrativo. Directivos. Autoridades de organismos públicos de Educación de todos los niveles. Egresados.

Estrategia: Ceremonia de entrega de diplomas online, a modo de un programa de televisión con 90% de contenido en vivo - directo y transmitido por el canal youtube del instituto. Evento pensado como un medio para comunicar contenidos de las prácticas profesionalizantes de los alumnos, que posterior al acto, se difundan en cápsulas individuales de un minuto y medio de duración cada una. A través de los canales institucionales, desde la primera quincena de diciembre 2020 a la segunda del mes de marzo 2021, los mensajes estarán focalizados siempre en el “hacer” de la organización durante el año.

Mensaje: Mariano Moreno es una organización dedicada a la formación integral (contenidos prácticos y actitudinales) de los jóvenes en las áreas: comunicación, diseño y turismo; enfocada en la “práctica profesional” y en el desarrollo de “valores”. Entre ellos, se destacan: la perseverancia, creatividad, compromiso y entusiasmo, necesarios para rediseñar nuevos espacios de aprendizaje y ejercicio de las profesiones que abarcan la oferta educativa.

Desarrollo y ejecución: Es necesario aclarar que el evento de Colación es para Mariano Moreno la acción de comunicación más significativa, representando el 40% del presupuesto general del Área de Relaciones Públicas y Comunicación. En el anexo se puede observar un análisis de ceremonias anteriores a la pandemia y otro comparativo con demás instituciones educativas de la provincia, complementándose con el análisis del público egresado en cuanto a intereses y expectativas. Hay una variable que merece explicarse para comprender mejor las acciones que se implementaron, y es el perfil de los egresados de Mariano Moreno. Estos consideran al título como un hecho simbólico que satisface necesidades de autorrealización no sólo del joven sino de toda su familia. Recibir el diploma es mucho más que eso, es un hecho social y cultural que

traspasa la representación del cierre de un ciclo, para constituirse en un acto que premia el esfuerzo no solo económico de los estudiantes y su entorno (En muchos de los casos se trata del primer título de nivel superior o universitario en tres generaciones de una misma familia).

La planificación comenzó en agosto 2020 y finalizó en marzo del 2021. El evento se realizó el viernes 4 de diciembre a las 20 horas y fue transmitido por el canal youtube institucional. El plan se dividió en siete programas:

1) Identidad del evento. 2) Logística y Organización. 3) Aspectos académicos. 4) Alumnos destacados. 5) Saludos institucionales. 6) Noticias de las prácticas. 7) Recursos de valor. 8) Comunicación del evento.

En cuanto a la identidad del evento, se lo denominó “Mariano Moreno Egresados 2020 Edición Especial”, separándolo lingüísticamente del tradicional Acto de Colación, destacando con ello su diferencia en modalidad y connotando a su vez lo extraordinario del mismo. El slogan “Viví la experiencia egresados 2020” tiene que ver con la focalización en el destinatario, en la oportunidad para que éste experimente y construya su propia realidad, destacando así aspectos prácticos y reales que aminoren la percepción de la distancia y lo digital.

El programa Alumnos destacados, consistió en la entrega de reconocimientos a 8 egresados, uno por cada carrera, que se destacaron por sus actitudes más allá del rendimiento académico (promedio). Ese reconocimiento en lugar de llamarse Mariano Moreno, se lo institucionalizó con el nombre de cuatro vecinos de Córdoba, muchos de ellos anónimos que también se destacan por sus buenas actitudes y merecen un reconocimiento de todos. A partir de investigar que temas preocupan a los jóvenes³, elegimos tres ejes para seleccionar aquellas personas: medio ambiente, la inclusión y la solidaridad. Es así como invitamos para que sus nombres se institucionalicen como reconocimiento a: Celeste Giaceta (persona trans, psicóloga, encabeza la Secretaría del Observatorio de Participación Ciudadana de Córdoba y trabaja en la Asociación de Travestis, Transexuales y Transgénero de Argentina), Lucas Recalde (Director de la Constructora 3C que edifica casas sustentables a partir de la reutilización de envases y emplea a jóvenes en situación de vulnerabilidad), Martín Bedouret (Ingeniero, a pesar de su enfermedad de LEA creó una aplicación que permite comunicarse a personas que no pueden hablar) y Carlos Perez (maestro rural que salvo su escuela de los últimos incendios sucedidos en la provincia). <https://studio.youtube.com/video/iLZuVhSrmKk/edit>

Programa Recursos de valor:

Indumentaria de la conductora del evento. Diseñado por alumnos y docentes de la carrera Diseño de Indumentaria en el marco de la cátedra Técnica Proyectual, la

³ Macarena P. Lanzas. Generación Millennial, el fenómeno sociológico de la época. El Mundo España.

prenda fue desarrollada en lo formal y en la producción artesanal del textil, inspirado en el renacer de Córdoba en época de pandemia.

Locación. La transmisión en vivo del programa especial se realizó en los estudios del instituto, donde los alumnos de las carreras de periodismo hacen sus prácticas profesionales.

Himno Nacional Argentino. Apelando a lo simbólico y gestionando las emociones, el himno estuvo producido con imágenes de alumnos y egresados ubicados en distintos puntos de Argentina y de otros países (donde estaban aislados en ese momento), destacando con ello también el posicionamiento nacional del instituto.

Nombre de alumnos. Considerando lo mencionado anteriormente sobre el valor simbólico de la entrega de diplomas en los egresados, se buscó potenciar aquellos hitos de la ceremonia presencial, en este caso mostrando en pantalla la nómina de cada egresado (personalización) mientras la conductora los mencionaba y la cámara los enfocaba grupalmente.

Nombre de profesores. Para motivar el trabajo de los docentes, antes de enfocar a los egresados de cada carrera, el director de cámara mostraba en pantalla la nómina de los profesores, la que se complementaba con las imágenes de los mismos ubicado en su respectiva sala.

Envío de diplomas. A medida que se mencionada a cada egresado, le llegaba por mensaje de whatsapp la imagen de su diploma en formato JPG. El mismo estaba completo con el nombre, apellido y DNI, pero sin firmas y con el siguiente texto aclaratorio: “El presente diploma es simbólico a los fines de la Ceremonia Virtual”.

Pasantes de Organización de Eventos. 30 alumnos de la carrera colaboraron en la planificación y organización de la ceremonia, institucionalizando así otro espacio de práctica profesional.

Transmisión en vivo. Para recuperar lo expresivo de la ceremonia presencial y modificar la percepción de la distancia o lo virtual, el programa especial estuvo desarrollado en su mayoría en vivo (90%), con una inversión en equipamientos tecnológicos que garantizó la efectividad del mismo.

Premio Fundación E+E. Para reforzar los conceptos de práctica y experiencia se institucionalizó un reconocimiento a los egresados destacados por su espíritu emprendedor y se lo otorgó en conjunto con la Fundación E+E, referente del emprendedurismo local. Se eligieron tres jóvenes para recibir esta distinción: egresado de Periodismo que en plena pandemia creó su propio proyecto de contenido periodístico, egresada de Diseño Gráfico que decidió invertir en ese contexto en el desarrollo de su negocio luego de varios fracasos, y por último una egresada de

Turismo que trabajaba en una Agencia de Viajes y a causa de la pandemia queda sin empleo e inicia un proyecto de gastronomía con identidad, rescatando el patrimonio intangible nacional y que a principio del 2021 lo llevaría a España.

Premio Ejemplos MM. Reconocimiento a los profesores que se jubilan y dejan la institución. En este caso la profesora distinguida fue reconocida también por donar su casa materna a la fundación del padre Mariano Oberlin, donde actualmente se dictan talleres culturales, de empleo y se entrega una copa de leche diaria.

Discurso de introducción: En la presentación de la ceremonia, después del saludo a las autoridades, la conductora hace un resumen de la historia de Mariano Moreno de 90 palabras donde destaca valores institucionales asociando lo que experimentaron los fundadores hace casi 40 años al crear la organización en un contexto muy particular, guiados por la pasión, el entusiasmo y las ganas de construir sus sueños.

Discursos de alumno y director: El discurso escrito y leído en vivo por un egresado de la carrera Organización de Eventos, no fue arbitrario, ya que se buscó un estudiante destacado por su manejo de la oratoria y las contingencias en los eventos. Este discurso y el del director (también en vivo), estaban relacionados semánticamente, destacando los valores institucionales desarrollados en el mensaje que guió el evento y en reconocer el esfuerzo de los demás públicos de interés: padres, docentes y amigos.

Programa Saludos:

Saludo de profesionales. Por cada una de las ocho carreras, se eligió a un referente del medio y se lo invitó a dar una bienvenida al mundo laboral y profesional de los egresados, connotando los valores institucionales. Por ejemplo, el presidente de la Agencia Córdoba Turismo invitó a los jóvenes a “transformar lo adverso de la realidad en la oportunidad para pensar y re diseñar la actividad”, motivándolos a trabajar y creer en su vocación. Personajes invitados: Jorge Frascara (Reconocido comunicador visual), Mario Massaccesi (Periodista), Claudio Barzabal (Diseñador local de indumentaria), José Palazzo (Productor de eventos y espectáculos), Mariano Guardianelli (Cocinero local con estrella Michelin que trabaja en el exterior) y Esteban Aviles (Presidente de la Agencia Córdoba Turismo).

Saludo de profesores. Motivados por el rescate de lo simbólico, con la ponderación en el destinatario y lograr el reconocimiento a los profesores, se grabó un mensaje colectivo de éstos compartiendo sus deseos para el desarrollo profesional del egresado. El mismo se podía bajar en el celular a través de un código QR que aparecía en la pantalla. Al finalizar la entrega simbólica de diplomas por cada carrera, le llegaba al egresado también por whatsapp el video con los saludos de sus profesores.

Saludos de familiares. Previo a la ceremonia, investigamos donde estarían los egresados en esa fecha y comenzamos a comunicarnos con sus familiares sin que

aquellos lo supieran, para reclutar saludos y difundirlos el día de la transmisión en vivo. Así es como rescatamos historias cargadas de significación, por ejemplo: @barrientos9mary: “Dana en Córdoba y toda tu familia en Medellín, Dios la bendiga, abrazo desde Colombia”. @hugodemichelis: “trabajando en Hotel Carlos V, Santiago, gracias profe y Mariano Moreno”. @lidiaramon: “Paulita, mamá desde el cielo celebra como siempre, orgullosos de vos hija”.

Saludo de bienvenida. Para reforzar el aspecto emotivo de la ceremonia no presencial, apelamos al sentimiento de pertenencia de la audiencia y a su vez connotamos el posicionamiento nacional del instituto. Así es como iniciando la transmisión 15 minutos antes de la hora establecida con un video de bienvenida a los egresados y familiares mencionando las distintas provincias y países limítrofes donde éstos se encontraban. Con imágenes cargadas de significación también le dimos la bienvenida a la provincia de Córdoba, compartiendo los hitos sociales, naturales y culturales que definen nuestra identidad, relacionándolos con las carreras.

Saludo de egresados en el exterior. Para la comunicación del evento reclutamos a todos los egresados que estaban en el exterior y que les correspondía recibir su diploma (12 alumnos) y pedimos que nos escriban y envíen videos que dispusimos como contenido para connotar también el posicionamiento del Instituto y el nivel de los futuros profesionales.

Programa Noticias de Prácticas: Al finalizar la entrega de diplomas de cada carrera, la conductora mencionaba tres noticias de las actividades prácticas más importante, que en pantalla compartida podían verse siempre destacando el hacer y la vinculación con los espacios institucionales de prácticas. A partir del segundo semestre y como parte de las acciones del antes en la planificación del evento, trabajamos con los profesores en la producción de contenidos, es decir, la realización de acciones donde los alumnos pusieran en práctica lo aprendido. De esta manera, comunicamos por ejemplo: la realización de congresos online, diseño de marcas turísticas de localidades emergentes, trabajos realizados por los alumnos de diseño de indumentaria en sus hogares reciclando prendas sin género, jornadas de vinculación profesional gastronómicas, experiencias 360 en cruceros, museos y hoteles internacionales, y la realización de la radio online de los alumnos de periodismo, que pudimos compartir en vivo en el evento.

Programa de Comunicación: Trabajamos en la difusión del antes del evento, a través de una campaña en redes sociales compartiendo historias de egresados en el exterior, de las celebraciones familiares, del perfil de los personajes destacados, entre otros, apelando siempre a la emoción, rescatando lo simbólico para que el destinatario comparta experiencias y las comience a vivir antes de la entrega de diplomas misma. Ejemplo de mensajes: “En el Puestito, Santiago del Estero, su único comedor abrirá el viernes 4 de 20 a 22. Invita la casa, se recibe el hijo menor de los Farias”, “Nunca se

imaginó recibir su diploma en un hotel de Saint Tropez (Francia) donde actualmente está trabajando”, “En Capitán Cáceres, a 56 kilómetros de la capital tucumana, los Arriaga celebran el primer título de la familia en cuatro generaciones”; estos son ejemplos de los mensajes que concluían con la leyenda: “Viví la experiencia egresados 2020”. Post evento, la estrategia fue la de difundir orgánicamente 18 cápsulas de 120 segundos cada una en las redes oficiales del instituto, desde el 10 de diciembre 2020 al 14 de marzo 2021. Aquellos fragmentos editados de la ceremonia, estaban destinados principalmente a incrementar la notoriedad y el posicionamiento del instituto, motivando a los futuros ingresantes y connotando la focalización en la práctica profesional. Algunos ejemplos de las cápsulas.

Cápsula saludos referentes de la actividad: <https://www.youtube.com/watch?v=lqllLcReGW4>

Cápsula Alumnos Destacados: <https://www.youtube.com/watch?v=iLZuVhSrmKk>

Cápsula Premio Egresados Emprendedores: https://www.youtube.com/watch?v=6Acd_p52YKE

Cápsula de la carrera de Turismo: <https://www.youtube.com/watch?v=ZuYxeGo0qJk>

Cápsula Himno Nacional Argentino: <https://www.youtube.com/watch?v=R1PfHJCXjpl>

Evaluación: En el anexo se puede ver el diseño de las herramientas de investigación para la evaluación. Indicadores de evaluación:

Opinión de los egresados: sobre una muestra de 45 egresados, la organización general del evento fue calificada con 9, 8 para el nivel de emotividad y 10 en cuanto al perfil de los personajes elegidos para los reconocimientos, el compromiso del instituto con la comunidad y la formación de los jóvenes. Los valores percibidos por los jóvenes fueron: esfuerzo, pasión, trabajo, compromiso y solidaridad. **Opinión de los profesores:** sobre una muestra de 25 docentes, estos calificaron con 10 la organización del evento, el perfil de los personajes, el nivel de emotividad y el compromiso de la institución con la comunidad y los jóvenes. Valores percibidos: responsabilidad, reconocimiento, solidaridad y resiliencia.

Nivel de inscripciones en el ciclo 2021: En las proyecciones de octubre del año pasado la dirección esperaba una reducción del 15% en la cantidad de inscripciones 2021, considerando el escenario del momento, sin embargo el nivel de ingresantes superó al año de pandemia: 2020: 642 inscriptos/ 2021: 661 inscriptos. En este análisis hay que tener en cuenta que a lo largo del año 2020 la organización no destino ningún presupuesto en campaña de difusión en medios masivos (radio, televisión, gráfica y vía pública) sólo se limitó a difundir orgánicamente en redes sociales y sitio web lo producido en las cápsulas sin invertir en publicidad. Otro indicador a destacar: el 6% de los ingresantes 2020 que abandonaron los primeros dos meses de ese año, se re inscribieron en este ciclo, continuando hoy sus estudios en la organización.

Repercusión en redes: La transmisión en vivo del programa fue seguida por 2514 personas en distintos lugares en país y el resto del mundo. Más de 400 visualizaciones después del evento. A partir de la difusión en redes de la primera cápsula resumen las cuentas oficiales sumaron más de 900 seguidores. El total de alcance en Facebook de las publicaciones de las capsulas fue de 16.513, donde la primera tuvo una audiencia de 1.312. En Instagram, el alcance fue de 28.607, y la publicación principal llegó a los 2.659. Desde el inicio al final del período de envíos, el mayor alcance fue la difusión de las actividades prácticas con 124.000 personas alcanzadas en Facebook y en Instagram 97.000.

Cantidad de egresados que participaron: de 220 jóvenes invitados a recibir su título, asistieron virtualmente 187. **Cantidad de profesores que participaron:** sobre un total de 85 docentes invitados, 65 asistieron.

Los resultados de esta intervención contribuyen primeramente a legitimar el evento como verdadera herramienta de comunicación que no siempre debe complementar una estrategia, sino que puede constituirse en un plan propiamente dicho que permita crear o modificar actitudes y comportamientos. El objeto de los eventos son las emociones y los sentimientos de las personas, lo que hace pertinente su elección como plan para alcanzar los objetivos del caso en un terreno sesgado por las percepciones (sobre el hacer, lo real y lo virtual). Antes de considerar un amplio repertorio de acciones operativas y protocolares, se guionizó el evento, se lo estructuró con una Introducción, un Desarrollo y un Final. Las historias del caso, tenían un hilo narrativo que además de coherencia le otorgaban la expresividad de una obra teatral, o como dice Rosario Jijena Sánchez⁴: “una verdadera puesta en escena”. En particular la Ceremonia de entrega de diplomas se constituyó en el medio para vehicular un amplio repertorio de discursos cargados de significaciones capaz de motivar el comportamiento de alumnos y profesores. Se logró comunicar a modo de balance todo lo realizado en el año a través de un relato informativo y en un medio oficial otorgándole así credibilidad y objetividad al acto comunicativo. La estrategia elegida por Mariano Moreno de crear una vidriera que hable sin eufemismos sobre lo que se hizo en un año tan particular, ha permitido modificar la percepción de que no fue un ciclo perdido, sin experiencias de aprendizaje, todo esto en un contexto donde las emociones desestabilizaban el “contexto” condicionando los “textos”. En cuanto a las respuestas de alumnos y docentes, se puede ver en el rendimiento académico de los exámenes de las mesas de diciembre y marzo 2021, o en el compromiso de los profesores de adaptar su metodología de enseñanza a las nuevas disposiciones de la organización. El posicionamiento del Instituto se vio reflejado en las reacciones del público a partir de la difusión de las cápsulas y el resultado de las inscripciones de este año. Se creó un clima facilitador en el evento que connota el foco en la formación

⁴ Jijena Sánchez Rosario. Cómo organizar eventos con éxitos. Cúspide Libros. Argentina. 2009.

integral (práctica y actitudinal) donde los asistentes percibieron valores como la creatividad, el compromiso y la perseverancia. El imperativo de la planificación del caso permitió aminorar las contingencias en los comportamientos de los stakeholder, mientras que la creatividad en la personalización de los hechos, la elección de los personajes de las historias y la organización de las imágenes fueron al rescate de lo expresivo y humano de todo acto comunicativo, que garantiza la integración entre la organización y sus públicos.

La focalización que Mariano Moreno tiene en la práctica