



Universidad de San Andrés

Escuela de Administración y Negocios

Maestría en Marketing y Comunicación

***“Gobierno y marketing directo: estrategias de captación de familias
para el Programa de Acogimiento Familiar del Gobierno de la
Ciudad Autónoma de Buenos Aires***

Autor: Facundo Guzmán

DNI: 34.375.103

Mentor: Daniela Martínez

Ciudad de Buenos Aires, 30 de octubre de 2018

ÍNDICE

| | |
|--|----------------|
| Introducción..... | Pág.4 |
| -Contexto..... | Pág. 6 |
| -Descripción breve de la situación problemática..... | Pág. 6 |
| -Objetivos..... | Pág. 7 |
| | |
| Situación problemática..... | Pág. 8 |
| -Descripción..... | Pág. 8 |
| -Explicación..... | Pág. 9 |
| -Diagnóstico..... | Pág. 10 |
| | |
| Marco referencial teórico..... | Pág. 13 |
| -Definición de la pregunta..... | Pág. 18 |
| | |
| Metodología..... | Pág. 19 |
| | |
| Parte I: requisitos y el proceso para ser una familia de acogimiento..... | Pág. 21 |
| | |
| Parte II: promoción del Programa de Acogimiento Familiar..... | Pág. 23 |
| -a. Q1: junio a septiembre de 2017..... | Pág. 23 |
| -b. Q2: octubre de 2017 a enero de 2018..... | Pág. 27 |
| -c. Q3: febrero a mayo de 2018..... | Pág. 33 |
| -d. Q4: junio a septiembre de 2018..... | Pág. 42 |
| -e. Análisis general de las campañas..... | Pág. 46 |

Parte III: el contacto con las familias.....Pág. 51

-a. El proceso cuando una familia se contacta.....Pág. 51

-b. La experiencia de las familias no efectivizadas.....Pág. 55

-c. Tasa de conversión y el embudo de las familias de acogimiento: nudos críticos en la captación.....Pág. 57

Parte IV: Consideraciones finales y conclusiones.....Pág. 62

Bibliografía.....Pág. 65

Otras fuentes consultadas.....Pág. 65



Universidad de
San Andrés

INTRODUCCIÓN

Aunque el acogimiento familiar no sea una práctica de amplio conocimiento por gran parte de la opinión pública, a lo largo del tiempo diferentes sociedades han adoptado este recurso como una solución para acompañar a los niños y adolescentes que, por diferentes motivos, no pueden ser cuidados por sus padres biológicos. Existe un sinnúmero de niños que “por las razones que sean, han sido criados y educados por abuelos o tíos, cuando no lo han sido por vecinos o amigos que los han ‘recogido’”. (Cuenca Lamóncha, 2002. 200 preguntas sobre el acogimiento familiar, p.7)

Para ofrecer una definición más exacta, podemos citar a Matilde Luna, una de las más importantes especialistas de la Argentina en esta temática, quien sostiene que el acogimiento familiar es “la práctica que lleva al niño, adolescente o adulto a convivir como miembro transitorio o definitivo de otra familia que no es la familia en la cual nació”. (Luna, 2001. Acogimiento familiar. Respuesta social y de Estado en el cuidado de la infancia, p.17)

Este sistema tiene muchas ventajas ya que le permite al niño vivir en un ambiente familiar, evitando su institucionalización y su permanencia en hogares de tránsito.¹ De hecho, se implementa en varios países del mundo y está contemplada por la Convención de los Derechos del Niño como una solución válida para la situación de menores con problemas familiares.²

El paso del tiempo fue dotando al acogimiento familiar de un carácter más formal, y la práctica comenzó a ser impulsada y gestionada desde ámbitos estatales e institucionales, consolidando así un conjunto de marcos legales y teóricos, buenas prácticas, y procesos que permitieron ir optimizando la forma en que se lleva adelante esta práctica.

Sin embargo, la captación de familias de acogimiento nunca ha sido un trabajo sencillo. Más allá de los deseos y las buenas intenciones que muchas personas puedan manifestar, el acogimiento no es algo para lo que todos se encuentran preparados y conseguir familias con los perfiles adecuados para poder recibir a los niños es un proceso que demanda de un enorme esfuerzo y atención, teniendo en cuenta que dado la enorme magnitud y responsabilidad que implica esta tarea ningún detalle puede ser dejado al azar.

En la Ciudad de Buenos Aires, ámbito en el que se centrará este estudio, el gobierno local lleva adelante este programa desde el 2014 bajo el nombre de Acogimiento Familiar. En su primera etapa, la ejecución de la iniciativa consistió en esfuerzos aislados del área a cargo, sin

¹ Está comprobado que la estancia de un menor en un ámbito familiar, sea biológico o de otro tipo, es en todos los casos mejor para su desarrollo antes que cualquier institución.

² No debe confundirse el acogimiento familiar con la adopción. La principal diferencia radica en que en esta última el menor rompe definitivamente el vínculo filiatorio con su familia biológica para integrarse de forma definitiva a una nueva. En el acogimiento familiar, un niño o adolescente se integra a un grupo familiar durante el tiempo necesario manteniendo sus vínculos de origen cuando esto fuese posible. Este período de tiempo guarda relación con el surgimiento de una alternativa más adecuada para ese niño, que puede ser la adopción definitiva (con otra familia diferente a la de acogimiento) o su propia independencia.

ningún tipo de planificación ni con los recursos adecuados a disposición del personal para poder llevar adelante un trabajo óptimo. Resulta evidente que bajo estas condiciones los resultados distaron mucho de ser los deseados.

Frente a este escenario, con la intención de revertir este panorama, a partir de 2017 comenzaron a implementarse cambios que poco a poco fueron dando sus frutos. El número de familias captadas aumentó considerablemente acercando más los números finales a los objetivos propuestos.

No obstante, con mucho camino por recorrer para cumplir con las necesidades y las metas del programa, queda claro que aún hay margen para la mejora. Por este motivo, el siguiente trabajo propone llevar adelante el análisis del proceso de captación de familias que lleva adelante el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en relación a este programa, es decir desde su difusión para atraer a los interesados hasta su efectivización como familias de acogimiento, con el objetivo de determinar cuál es la estrategia adecuada que permita lograr mejores resultados.

Está claro que este proceso debe ser personalizado, considerando las particularidades de cada potencial familia, y que requiere de un seguimiento constante que permita que las personas puedan sentirse acompañadas y contenidas en cada una de las instancias. Cómo afrontar este desafío será el tema que se desarrollará a lo largo de este estudio.

Mi motivación para llevar adelante este trabajo tiene que ver con poder acercar herramientas comunicacionales a las personas que se desenvuelven en iniciativas de acogimiento familiar y que, debido a la naturaleza de las tareas que desempeñan, cuentan con perfiles más asociados a la psicología, el trabajo social, la sociología o el derecho.

En general, la falta de recursos no permite que los equipos que conforman cuentan con profesionales de la comunicación y el marketing que puedan acompañarlas de forma directa y continua, por lo que muchas veces se encuentran solas y desorientadas cuando tienen que incursionar en estos campos. Y, como se verá en este caso, la comunicación es un aspecto casi o igual de importante que otras tareas centrales como la selección, la evaluación y el monitoreo de las familias.

A través de las conclusiones que se pueden obtener de este estudio, no solamente apunto a contribuir al fortalecimiento de las bases comunicativas de este programa, sino que también espero que los resultados puedan extrapolarse a otras iniciativas similares para llegar de manera más eficiente a los públicos necesarios y generar así un impacto positivo en la vida de más chicos.

Contexto

Tras la reglamentación de la Ley N° 2.213 de la Ciudad de Buenos Aires en el 2014, ocho años después de su sanción, comenzó a funcionar en este distrito el Programa de Acogimiento Familiar.

El área a cargo de su ejecución es la Dirección General de Niñez y Adolescencia del Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (actualmente Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat).

Con un equipo de trabajo abocado también a otras tareas y recursos escasos, fueron muy pocas las familias que durante estos primeros años participaron de la iniciativa. En concreto, desde el comienzo de la implementación del programa hasta fines de 2016, solo cinco familias acogieron niños.

Para el 2017, el área a cargo del programa se propuso aumentar la cantidad de familias inscriptas en el programa, no solo para generar un impacto positivo en la vida de los niños que logren ser acogidos temporalmente, sino también para mejorar la situación y la atención en los hogares de niñez y adolescencia donde muchos chicos se encuentran institucionalizados.

A partir de esta decisión, el equipo del programa fue dotado de más recursos para poder llevar adelante su tarea adecuadamente y comenzaron a hacerse acciones de difusión en diferentes medios de comunicación y redes sociales.

Así, de las cuatro familias que formaron parte del programa desde 2014 al 2016, se pasó a 17 familias durante el período 2017-2018. Para fines de 2018, el equipo de trabajo se propuso el objetivo de alcanzar los 30 inscriptos en el registro de familias de Acogimiento Familiar.

Descripción breve de la situación problemática

Los cambios implementados en el programa a partir del 2017 tuvieron resultados más que positivos, haciendo crecer el banco de familias disponibles para cuidar a los niños. Sin embargo, al observar más detenidamente el proceso de captación y las tasas de conversión queda claro que existe un margen para la mejora.

Con la ejecución de las primeras campañas masivas de difusión, los números de conversión de familias interesadas/familias de acogimiento fueron muy bajos y se detectaron algunos inconvenientes en la comunicación del equipo del programa hacia las personas que hicieron su acercamiento para colaborar.

Si bien el proceso de captación de familias es complejo y los requisitos que desde un inicio se solicitan para poder participar del programa genera que muchas personas sean descartadas desde un inicio, varios de los interesados que no continuaron avanzando en el proceso lo

hicieron por detalles que, de haber sido considerados previamente, podrían haber permitido lograr mejores resultados.

Por esta razón, es necesario detenerse a analizar el proceso de captación para detectar las etapas en donde se están registrando las mayores pérdidas de potenciales familias. Identificando estos momentos es posible determinar dónde y cómo deben hacerse los ajustes necesarios para encontrar soluciones y adoptar las estrategias y las tácticas necesarias para lograr mayores conversiones.

Objetivos

- Analizar detalladamente el proceso de captación de familias del programa, es decir desde su difusión hasta el último contacto que se establezca con los potenciales acogedores.
- Medir el impacto que tienen las diferentes acciones comunicacionales a través de diferentes medios (tanto tradicionales como digitales) para determinar cuáles son las herramientas más efectivas para llegar a las potenciales familias y cuál es el mix comunicacional más adecuado para difundir el programa.
- Determinar cuáles son los momentos más críticos del proceso de captación, o sea donde la mayoría de potenciales familias desisten de seguir adelante.
- Proponer estrategias, principalmente en esos momentos más críticos, que se pueden implementar con el objetivo de mejorar la interacción con las familias interesadas y lograr más conversiones para alcanzar la meta de las 30 familias inscriptas en el registro de Acogimiento Familiar que se propuso el equipo del programa.

San Andrés

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Descripción

La decisión de convertirse en una familia de acogimiento requiere de un proceso de reflexión muy elaborado, es decir no es un paso que una persona o una pareja puedan dar de un día para el otro. Por eso, al encarar una campaña de difusión es fundamental tener en cuenta esto para no desesperarse por obtener resultados inmediatos.

El proceso de selección de una familia de acogimiento tiene muchas etapas. Obviamente, el interés de las personas es esencial, pero luego existen una amplia gama de requisitos (que van desde el nivel de ingresos, hasta las condiciones de su hogar, pasando por el tiempo disponible que pueden tener para ofrecer cuidados y asistir a reuniones informativas, hasta aspectos psicológicos) que pueden terminar excluyendo a un potencial candidato, más allá del ímpetu y las ganas de participar del programa que puedan manifestar.

Para evitar esfuerzos innecesarios, pérdida de tiempo y no desperdiciar recursos, la promoción debe direccionarse con precisión al target adecuado, el cual, a partir de experiencias anteriores de otras iniciativas exitosas, podemos saber que tiene mayores probabilidades de sumarse al programa. Por esta razón, las herramientas de segmentación que ofrecen hoy las redes sociales y la comunicación directa a través de correo electrónico parecen ser, a primera vista, las más útiles para dar con el target adecuado y lograr la atención de los candidatos más viables.

En concreto, la utilización de estos canales a partir del 2017 permitió aumentar considerablemente el número de familias que se interesaron en el programa. De las más de 900 familias que se interesaron en participar, un 40 % manifestó conocer el Acogimiento Familiar a través de las redes sociales, y un 15 % por acciones de comunicación directa a través de correo electrónico.

En tanto, la promoción que puede hacerse a través de artículos periodísticos (tanto online como en papel), televisión o radio también aparentan ser muy valiosas, ya que complementan y refuerzan la difusión a través de redes sociales y mailing, dándole mayor conocimiento y legitimidad al programa.

Si bien se analizarán los niveles de convocatoria a través de los diferentes canales de difusión, fundamentales en la etapa inicial del proceso de captación de familias, para determinar cuáles son las formas que resultan más efectivas para atraer interesados, el estudio se centrará principalmente en el momento en donde a simple vista parece estar la mayor traba para lograr más conversiones: los contactos iniciales y la comunicación entre las familias que se acercan al Acogimiento Familiar y el equipo del programa.

Un sondeo realizado en marzo de 2018 entre casi 90 personas que se habían inscripto pero que no habían avanzado en el proceso para ser una familia de acogimiento arrojó que un 97 % de

ellas todavía seguía interesada en participar, sin embargo más de un 40 % de ellos no continuó debido a falta de información y comunicación por parte del equipo del programa.

Viendo estos números, se puede observar que todavía existen grandes oportunidades de mejorar ciertos aspectos en el contacto con las familias que se inscriben para acoger a los niños. Teniendo en cuenta que, dado a las características de esta práctica, que requieren de mucha predisposición por parte de las familias y de una serie muy amplia de requisitos que muy pocas reúnen, el Programa de Acogimiento Familiar no es una iniciativa de alcance masivo y las técnicas de captación tienen que ver más con acciones uno a uno y de marketing directo.

Por ejemplo, si de este 40 % de los casos que en el sondeo manifestaron falta de información y problemas de comunicación por parte del programa solo una fracción mínima se hubiese abordado de una forma más adecuada, los resultados finales de familias que terminan formando parte del banco hubiesen variado de forma considerable y el éxito del programa sería incluso mayor. Una familia más o una familia menos marca una diferencia enorme.

De esta manera, cada detalle puede ser decisivo para que una familia decida ingresar o no al programa. Las dudas y los miedos que una persona puede tener cuando se acercan a conocer más del programa son naturales, por eso hay que manejar con mucho cuidado la interacción con cada interesado para conseguir que den el paso final y se conviertan en familias de acogimiento.

Estas dificultades de captación, que históricamente han tenido los diferentes programas de acogimiento, no solo en la Argentina sino también alrededor del mundo, se agravan por la falta de recursos e inversión del Programa de Acogimiento Familiar en la Ciudad de Buenos Aires. Pero ese aspecto no forma parte de este análisis ya que esa son variables que dependen de la voluntad política de los funcionarios de turno y en la que los equipos que gestionan directamente los programas tienen una mínima o nula injerencia.

El trabajo para reclutar familias acogedoras es complejo ya que requiere de mucha planificación, una buena calidad de ejecución y un seguimiento de todo el proceso mediante análisis de datos y medición de resultados constantes. Este proceso debe ser continuo y requiere de mucha paciencia.

Explicación

En muchas ocasiones, y tal como ocurre en el caso del Programa de Acogimiento Familiar que ejecuta el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, los contextos en los que se trabaja, la baja disponibilidad de recursos y la vorágine de las tareas cotidianas impiden realizar una pausa que permita evaluar con detenimiento los procesos y poder optimizar las estrategias con las que se apunta a llegar a los resultados deseados.

Por eso, este estudio busca detenerse en la información y en los números del funcionamiento del programa para poder plantear estrategias apoyadas sobre bases más sólidas con el objetivo de seguir mejorando el proceso de captación de familias.

Casi más que ninguna otra iniciativa, Acogimiento Familiar requiere, desde el plano comunicacional, de unos niveles de planificación y coordinación más altos que otros programas gubernamentales. Las dificultades para convertir finalmente a los interesados en familias acogedoras obligan más que nunca a dejar de lado la improvisación y empezar a generar estrategias apoyadas en fundamentos más sólidos para lograr resultados. Esto es algo que en un principio no se venía haciendo y los resultados lo reflejaron.

Probablemente, otro de los ingredientes que suman una dificultad adicional a esta situación es que las estructuras gubernamentales no están habituadas a salir a buscar a los ciudadanos como lo deben hacer en este caso. En general, son los ciudadanos los que tienen una necesidad y buscan a través del Estado un servicio que les permita satisfacerla. Pero aquí los roles se invierten y es el Gobierno el que debe asumir un rol más proactivo para llamar la atención, atraer y convencer a las personas para que accedan a formar parte del programa.

Diagnóstico

El trabajo que se comenzó a hacer a partir del 2017 no solo fue fundamental porque permitió ir alcanzando mejores resultados, sino también porque permitió poner en claro varios aspectos sobre los que previamente el equipo de Acogimiento Familiar estaba trabajando a ciegas.

En concreto, las primeras acciones que se desarrollaron para revertir el panorama negativo consistieron en dotar al programa de ciertos elementos básicos que hasta ese momento no tenía. Era esencial hacerlo antes de poder encarar las acciones de difusión y estar preparados para el crecimiento que se podía llegar a dar:

- Conformación de un equipo propio del programa: de personas que estaban abocadas a otras tareas, se pasó a contar con un grupo de 7 personas únicamente enfocado en el Programa de Acogimiento Familiar. El equipo se conformó con cinco psicólogas, una trabajadora social y un docente de nivel inicial.
- Clarificación de roles y tareas asignadas a cada miembro del equipo: previamente, no estaba claro quién debía asumir y hacerse cargo de los diferentes procesos para la captación de familias.
- Capacitaciones específicas sobre la temática acogimiento familiar para los profesionales del equipo: si bien los miembros del equipo son personas especializadas en temáticas de niñez, fue necesario dotarlos de más conocimientos específicos acerca del acogimiento familiar para que puedan mejor preparados a la hora de brindar información acerca del programa y responder las dudas que puedan tener los potenciales candidatos.

- Actualización de página web institucional: la información publicada en el sitio web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires acerca del programa estaba desactualizada, dispersa y era imprecisa. Se sumó además un formulario de inscripción para que los interesados pudiesen anotarse al programa desde la web.
- Instalación de líneas telefónicas propias y de uso exclusivo del programa: previamente, las llamadas se recibían a un número que pertenecía a la Dirección General de Niñez y Adolescencia, una línea que reunía a varios de los programas del área y muchas veces estaba ocupada. Asimismo, algunas de las personas que a veces contestaban los llamados no tenían conocimiento acerca del Acogimiento Familiar ni sabían a quién derivar las conversaciones.
- Creación de bases de datos para sistematización de contactos: anteriormente, no había un sistema para reunir la información básica de las potenciales familias que permitiese hacer un seguimiento personalizado de cada caso.

Una vez optimizados estos recursos básicos, se procedió a avanzar con las campañas de difusión de la iniciativa con el objetivo de captar nuevas familias.

La primera campaña se desarrolló a través de Facebook en junio de 2017 con un video de corta duración y un llamado a la acción que invitaba a conocer el programa e inscribirse por medio del sitio web.

El target al que se apuntó en esta primera instancia fue determinado un poco por intuición, considerando qué tipos de personas y familias pueden estar en mejores condiciones para acoger un niño, y otro poco apoyándose en experiencias de acogimiento familiar exitosas en otras partes del mundo. Los resultados fueron más que positivos.

Las acciones de promoción continuaron durante ese 2017 y el siguiente año a través de otros medios. Se realizaron campañas de comunicación directa a través de correo electrónico direccionadas a un target similar al que apuntó en la primera campaña ejecutada en Facebook. Asimismo, con la colaboración de familias que ya forman parte del programa, diversos medios de comunicación publicaron artículos con el objetivo de dar a conocer el programa.

Como consecuencia de todas estas acciones, durante junio de 2017 y septiembre 2018 se inscribieron al programa utilizando el formulario web más de 900 personas, aunque solo 17 de ellas terminaron convirtiéndose en familias de acogimiento.

Perfiles de las personas contactadas

La implementación del formulario online en la página web institucional permitió delimitar mejor el target para la realización de próximas campañas. Un análisis de las respuestas de casi 300 formularios, realizado por el equipo del programa, arrojó los siguientes resultados:

- El promedio de edad fue de 41 años y la moda fue 45 años.

- Con respecto a las ocupaciones, si bien la gama es variada, un alto porcentaje lo representan las amas de casa (10 % del total).
- En segundo lugar, se observa un predominio de profesiones vinculadas a la salud (medicina, psicología, cuidadoras hospitalarias, terapia ocupacional), a la educación (docencia en todos sus niveles) y al trabajo social.
- En relación a cómo se enteraron de la existencia del Programa de Acogimiento Familiar, el medio más frecuente (45 %) fueron las redes sociales, seguidas por los buscadores web, los medios gráficos y el boca en boca.
- Finalmente, el motivo central para ser familia de acogimiento es la solidaridad y las ganas de ayudar a los niños y niñas que lo necesitan.

Toda esta información ofrece la posibilidad de direccionar mejor los mensajes de futuras campañas hacia los targets más adecuados y con más interés en participar del programa.



MARCO REFERENCIAL TEÓRICO

En función del parentesco entre el niño y la familia, se puede clasificar a la práctica de acogimiento familiar en dos tipos³ (Morell Parera, Rodríguez Muñoz y Sierra García, 2014. Acogimiento familiar. Manual práctico, p. 130-131):

- Acogimiento en familia extensa: se produce cuando el menor guarda alguna relación de parentesco con la familia de acogimiento, ya sea por consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado. Cuando se decide que un niño debe ser dado a una familia de acogimiento, esta es la modalidad que se prioriza.
- Acogimiento en familia ajena: se lleva a cabo cuando no existen personas idóneas en el entorno bilógico o comunitario del menor que garanticen su cuidado. Aquí, el niño no tiene ningún tipo de vinculación legal o afectiva con la familia de acogimiento. Esta es la modalidad que en general se adopta para dar en acogimiento a un chico institucionalizado.

El psicólogo Jorge Giglio, excoordinador de diferentes programas de acogimiento familiar a nivel nacional, afirma que existen cuatro grandes perfiles de personas o parejas que buscan participar de este tipo de iniciativas (Luna, 2001, p. 87):

- Parejas que no pueden tener hijos y descartan la vía de la adopción.
- Parejas de mediana edad cuyos hijos han dejado el hogar y tratan de evitar la soledad.
- Personas con historias de abandono, adopción o institucionalización, y aun de maltrato o abuso, que se identifican con niños en igual situación.
- Personas con intereses económicos laborales.

Gracias a su experiencia, Giglio sostiene que la etapa de selección debe ser muy exhaustiva para evitar mayores peligros, como la revictimización de los niños o hasta su apropiación. Por eso es que en esta etapa son muchas las familias que se descartan. Las evaluaciones no pueden ser flexibilizadas en pos de resultados cuantitativos ya que lo que está en juego es el cuidado de los chicos. (Luna, 2001, p.60)

En su artículo “Estrategias para la captación de familias acogedoras”, los psicólogos españoles Amaia Bravo, Jorge Fernández Del Valle y Mónica López determinaron varios aspectos relevantes a la hora de salir a buscar nuevas familias para este tipo de iniciativas (Bravo, Fernández Del Valle y López, 2010. Estrategias para la captación de familias acogedoras, p.289-295):

³ En el caso del programa que se desarrolla en la Ciudad de Buenos Aires, la modalidad que se trabaja y de la cual trata este estudio es la del acogimiento en familia ajena. Hay que aclarar que, en esta primera etapa desde que relanzó la iniciativa, se está priorizando el acogimiento de bebés de hasta tres años de edad. Esto se debe a que, en estos casos, es preferible evitar la institucionalización de los chicos de más temprana edad. En un futuro, si es que el programa sigue creciendo, se prevé comenzar con el acogimiento de niños de mayor edad.

- A la hora de salir a captar estas familias, es muy importante comprender que quien se decide a acoger no lo hace repentinamente tras ser impactado por una acción de difusión, sino que una decisión de esta envergadura suele responder a un proceso reflexivo prolongado.
- Se debe tener cautela cuando se interpretan las cifras de las acciones de captación, ya que las campañas no suelen dar resultado hasta el año de su implementación. Por eso, los resultados de la estrategia pueden ser evaluados a los tres años de su implementación.
- Se debe llevar adelante una estrategia anual de sensibilización y captación de familias, temporalizando con la mayor precisión posible cada una de las acciones y actividades. Aquellas iniciativas de acogimiento con un plan estratégico anual de captación han logrado más éxito que aquellas que no lo tienen.
- El primer paso para formar un programa de acogimiento son las familias colaboradoras. Por esta razón, en principio debe apuntarse a crear una base heterogénea de familias acogedoras con la formación, los apoyos necesarios y con la predisposición adecuada para recibir a chicos con perfiles y necesidades muy diferentes.
- Pero, además, se debe trabajar con los saberes y experiencias de pasadas ejecuciones, detectando los perfiles y las necesidades de los niños y niñas que ya se encontraron una familia y de los que están en hogares residenciales aguardando ser acogidos. Contar con esta información contribuye a identificar las debilidades y a asignar los recursos de manera eficiente para reforzar la captación de familias acogedoras.
- En este sentido, es muy importante saber que existen diversos tipos de familias y, por eso, las estrategias de captación deben amoldarse a las características propias de cada tipo de grupo familiar.
- Pero tampoco deben desperdiciarse las oportunidades que no se concretaron. Tal es así que la información que se puede obtener de los acogedores que tomaron la decisión de no ser parte del programa, o que no avanzaron más allá de la primera charla informativa, es de mucha importancia para detectar debilidades y corregir los errores sobre la marcha de la ejecución.
- Además, en la medida de lo posible, conocer los motivos de los públicos que nunca se plantearían acoger nos puede servir para comprender el imaginario social alrededor del acogimiento familiar y detectar los mitos que las personas pueden llegar a tener acerca

de la iniciativa. Así, también es posible reconocer los mensajes que deben ser evitados en las piezas de difusión del programa que se diseñen.

- Y más allá de todos los medios de comunicación que se puedan emplear en una campaña de difusión, tampoco hay que dejar de lado el boca a boca. La influencia que puede tener esta herramienta es sin dudas mucho más poderosa que cualquier acción comunicativa que se pueda desarrollar, aunque siempre cuidando que la experiencia sea positiva.
- Parece, por tanto, que la gente responde después de los continuos recordatorios de que se necesitan acogedores (tras el efecto goteo producido por diferentes campañas). Por ello, también resulta útil conocer cuándo una familia comienza a plantearse acoger, por qué, cuánto tiempo pasa hasta que contactan con el programa o cuál es la motivación final que determina ese paso.

En un caso que se dio en el Reino Unido durante 2006 y 2007, evaluado por Clarke en su informe "*Why do people enquire but don't proceed?*" y citado Bravo, Fernández Del Valle y López (2010, p. 291), se buscó conocer las razones por las cuales la gente que realizaba una primera consulta no seguía con el proceso para ser una familia acogedora. El estudio reflejó que el 50 % de las familias que se habían planteado acoger a un niño entre 2004 y 2006, seguían haciéndolo en 2007. Sin embargo, todavía no se sentían preparadas para dar el siguiente paso.

Asimismo, otros autores encontraron otros datos que van en esta línea: el mismo Clarke halló que un 66 % de las familias se habían tomado por lo menos un año para realizar una evaluación acerca del acogimiento antes de contactar con el programa; John Triseliotis y sus colaboradores comprobaron que el 80 % de las consultas iniciales no alcanzaban a concretarse en una solicitud; Eileen Mayers Pasztor y Suzan Wynne observaron que los adultos que tomaban la decisión de llamar habían reflexionado sobre la idea de avanzar en el proceso al menos durante un año y recibido mensajes sobre el programa de acogimiento en unas tres o cuatro oportunidades. Por esta razón, es muy importante ser concientes de que el trabajo para captar familia requiere de mucha constancia y paciencia. (Bravo et al., 2010, p. 291)

La difusión a través de medios masivos, según Giglio, tiene la ventaja de atraer una enorme cantidad de postulantes de diversos orígenes. No obstante, tiene la desventaja de que, cuando el mensaje no es lo suficientemente claro, acerca familias que desconocen rotundamente el tema y los objetivos de la iniciativa. Con el boca a boca esta desventaja desaparece, sin embargo hay que tener mucho cuidado porque muchas veces este fenómeno atrae grupos familiares que presentan similares características a las de muchas personas que fueron rechazadas. (Luna, 2001, p.69-70)

El impacto emotivo también puede ser una herramienta muy valiosa para atraer candidatos. Según cuenta la socióloga y académica italiana Daniela Fumagalli, gracias a su experiencia en iniciativas de acogimiento en su país⁴, a la hora de salir a captar familias a través de la prensa, siempre es más efectivo hacerlo contando las historias de vida de los niños. Obviamente, es esencial resguardar la verdadera identidad de los chicos, por lo que recomienda la utilización de nombres ficticios. (Díaz Tártalo, 2009. Esta es tu casa. La aventura del acogimiento familiar, p. 37)

No obstante, Fumagalli también resalta el enorme valor del boca a boca como herramienta de captación, apoyándose en las familias que ya han vivido la experiencia de forma satisfactoria: “Otra vía para buscar familias es dirigirse a las que ya tienen hijos acogidos y preguntarles a otras que quieran hacerlo. Esto implica un aspecto importante: si los técnicos han mantenido una buena relación con estas familias, el boca a boca es positivo. Una experiencia significativa de acogimiento que una familia ha realizado, una relación con los técnicos tal vez difícil en algunos aspectos, pero buena en el fondo, permite difundir esta cultura y encontrar otros recursos. (Díaz Tártalo, 2009, p. 37)

Pasztor y Wynne sostienen, por ejemplo, que “los mensajes de captación más adecuados son los que reproducen una idea positiva del rol del acogedor y enfatizan la idea del trabajo en equipo junto con todos los profesionales implicados en la medida. En la fase de diseño del mensaje es importante considerar que aquellos mensajes que describen situaciones de “rescate de niños abandonados” pueden atraer a personas con motivaciones incompatibles con el acogimiento familiar.” (Bravo et al., 2010, p. 293)

Más allá de esto, antes de encarar un proceso de captación es muy importante considerar ciertas transformaciones sociales que generan nuevos desafíos para la atracción de nuevos candidatos, como las nuevas configuraciones de los grupos familiares o la inestable situación económica, que para muchos profesionales ha resultado ser un factor fundamental que hace aun más difícil la compleja búsqueda de familias acogedoras. (Bravo et al., 2010, p. 289)

Actualmente, el rol más activo de las mujeres en el mercado laboral, el incremento de las familias monoparentales o el afianzamiento legal de las parejas del mismo sexo gracias a la Ley de Matrimonio Igualitario, entre otras cuestiones, son algunos de los temas que hay que poner sobre la balanza para diseñar adecuadamente las estrategias.

Otro hecho que no puede soslayarse es la falta de los recursos humanos disponibles, un inconveniente muy común y ya arraigado en la administración pública. “La falta de profesionales o de su capacitación ha llevado no pocas veces a que éstos desarrollen un

⁴ En Italia, la Ley Nº 149/2001 decretó el cierre para el 2006 de las instituciones de tránsito a favor del acogimiento familiar. Por esta razón, la práctica de acogimiento en este país se encuentra en una fase de desarrollo muy avanzada.

sinnúmero de tareas simultáneas y, muchas veces, en áreas que no se corresponden con su formación previa y su incumbencia profesional”, relata Giglio. (Luna, 2001, p.80)

Yendo a los números, y con el objetivo de hacer una aproximación de la relación cantidad de inscriptos/familias que terminan efectivizándose en el programa, se puede recurrir a las cifras de dos iniciativas de acogimiento familiar desarrolladas anteriormente en la Argentina, Familias Solidarias y Familias Cuidadoras:

Familias Solidarias

Medición realizada entre abril y agosto de 2001 luego del lanzamiento de una campaña a nivel nacional que consistió de spots publicitarios en diversos medios de comunicación. Programa ejecutado por el Consejo de Niñez, Adolescencia y Familia (CONAF). (Luna, 2001, p. 53)

| | |
|---|-------|
| Llamados telefónicos | 2.364 |
| Familias entrevistadas | 258 |
| Familias no incluidas (por presentar expectativas de adopción, desertar de las entrevistas o tener un diagnóstico no favorable) | 124 |
| Familias incluidas | 134 |

Tasa de conversión = 5,6 %

Familias Cuidadoras

Datos de 1997 y 1998 de este programa ejecutado a nivel nacional por el Consejo Nacional del Menor y la Familia. (Luna, 2001, p. 63)

| | |
|--------------------------|-----|
| Familias evaluadas | 167 |
| Familias denegadas | 133 |
| Familias que desistieron | 10 |
| Familias aprobadas | 24 |

Tasa de conversión = 14,37 %

Como se puede observar, las tasas de conversión son bajas. Para no desanimarse, es necesario considerar que estas cifras son la regla y que las expectativas deben moderarse. Pero también es fundamental ser concientes que el contacto con cada potencial familia puede ser muy importante ya que es muy dificultoso encontrar a las personas que reúnan todos los requisitos para formar parte del programa.

En este sentido, Luna asegura que “es muy bajo el número de familias que concretan la experiencia del acogimiento. Del conjunto de grupos familiares que se presentan a las diversas

campañas de búsqueda, cuando media una buena selección, son muy pocas las que finalmente comienzan a ser preparadas para quedar a cargo, finalmente de uno o algunos niños. Si introduzco el tema por este sesgo, es para dar cuenta de las especialísimas condiciones que debe reunir una familia acogedora”. (Luna, 2001, p.23)

Es fundamental cuidar todos los detalles debido a que, como se explicó anteriormente, la captación de familias para este tipo de programas ya es de por sí muy dificultosa desde un inicio y requiere de mucha paciencia y constancia. Cualquier paso en falso puede derrumbar un proceso que pudo haber llevado mucho tiempo de construcción y esfuerzos.

Definición de la pregunta

¿Cuál es el mejor proceso para captar familias y lograr su ingreso efectivo al Programa de Acogimiento Familiar?



METODOLOGÍA

Para llevar adelante el estudio de este caso, se utilizarán tanto herramientas cuantitativas como cualitativas; y se dividirá el análisis en dos etapas: eficacia de las acciones de difusión y evaluación del proceso. De este modo, se espera abordar la problemática, tanto desde la perspectiva de la ejecución como desde la planificación estratégica.

En una primera instancia, con el objetivo de medir la eficacia de las acciones de difusión que se realizan a través de los diferentes canales utilizados (redes sociales, comunicación directa por correo electrónico y medios de comunicación tradicionales), se contabilizarán las formas en que las potenciales familias llegaron al programa mediante una de las preguntas del formulario online de inscripción.

Para corroborar estos resultados, se cruzarán estas cifras con los números que arrojará un análisis que medirá la cantidad de personas que se inscriben en el formulario online cuando se ejecutan las campañas a través de los diferentes medios.

Si bien es probable que las personas puedan ir recibiendo la información acerca del programa desde diferentes lugares y que la decisión de inscribirse sea un proceso de reflexión que lleve tiempo, lo que se plantea determinar aquí es cuál de los canales a través de los que se hace la promoción dispara un mayor número de inscripciones.

En esta misma instancia, además, se hará un análisis cualitativo de la comunicación que indagará sobre las características propias de los mensajes: el lenguaje utilizado, el tono y todos los recursos utilizados para hablarle al público. Con este fin, se llevará adelante un estudio de la retroalimentación de los públicos a las publicaciones sobre el programa: emociones que los posts evocan, dudas que surgen y consultas más frecuentes, entre otras cuestiones, para determinar si los mensajes están siendo claros y generando las respuestas que se buscan.

Por esta razón, se analizarán comentarios y reacciones de todas las publicaciones relacionadas al programa, tanto orgánicas como pagas, hechas en Facebook, Twitter e Instagram. En concreto, las cuentas sobre las que se hará foco serán las del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y en las del jefe de Gobierno, Horacio Rodríguez Larreta.

Asimismo, se estudiarán los comentarios de las noticias sobre el programa publicadas en los medios online La Nación, Infobae y Todo Noticias.

Los resultados podrán luego utilizarse para optimizar las comunicaciones en relación a este programa en el mundo digital y lograr mejores resultados, y para extrapolar algunas de los hallazgos que se presenten a la difusión de otros programas sociales con características similares.

Sin embargo, la segunda parte del trabajo será la más importante de este estudio y consistirá en evaluar en detalle el proceso que se da una vez que una persona interesada en formar parte del programa completa el formulario para detectar si es posible mejorar este proceso.

Se observa que, más allá de las dificultades lógicas y esperadas en este tipo de iniciativas, la diferencia en el número entre las personas que completan el formulario y las que efectivamente terminan ingresando al programa es muy amplia, y es necesario detectar si en esta instancia posterior se están quedando muchas potenciales familias en el camino por cuestiones que el equipo del programa puede mejorar.

En esta última parte, los casos de estudio serán las personas que se inscribieron al programa pero que finalmente no terminaron efectivizándose como familias de acogimiento. El objetivo será conocer las razones que le impidieron seguir avanzando en el proceso. Para ello, se indagará a través de encuestas y entrevistas personales a las familias y a los miembros del equipo que forman parte del proceso de captación.



Universidad de
San Andrés

I. Requisitos y el proceso para ser una familia de acogimiento

Tal como lo indica la web institucional del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, puede formar parte del Programa de Acogimiento Familiar “toda familia residente en la Ciudad de Buenos Aires que posea capacidad de brindar cuidados y que cuente con una organización familiar que permita acompañar por un tiempo el desarrollo del niño o niña.”⁵

Cuando se habla de la “capacidad de brindar cuidados”, se abarcan diversas dimensiones:

- **Materiales:** un hogar en condiciones y que ofrezca a los niños la posibilidad de vivir en un espacio digno y seguro.
- **Económicas:** para poder solventar las necesidades de los chicos, más allá de que el programa ofrezca un acompañamiento en este sentido.
- **Psicológicas:** poseer las condiciones de salud mental que se necesitan para encontrarse al cuidado de chicos.
- **Físicas:** poseer las condiciones de salud física necesarias para poder responder a lo que puede demandar el cuidado de los chicos.
- **Disponibilidad temporal:** para realizar actividades de capacitación y de supervisión, así como colaborar con las estrategias propuestas por los organismos intervinientes.

Si bien el programa se encuentra abierto a cualquier familia que tenga el deseo de colaborar, estas capacidades que se requieren llevar adelante el acogimiento de un niño hacen que el target al que se apunta se delimite considerablemente. Por esta razón, cuando se buscan personas se apunta principalmente al siguiente público:

- **Clase media / media alta:** se necesita que los ingresos de la persona o la familia sean los suficientes para poder brindar al niño un cuidado adecuado. El programa ofrece un acompañamiento económico equivalente al 75 % de un salario vital y móvil que, si bien es de mucha ayuda, no es suficiente para cubrir todas las necesidades de un chico.
- **Entre 40 y 65 años:** a partir de los 40 años las personas alcanzan una madurez emocional y una estabilidad económica y laboral que en personas más jóvenes no es una situación común. El límite de los 65 años tiene que ver con las capacidades físicas que a partir de esta edad empiezan a verse reducidas para brindar cuidados a un niño.
- **En pareja:** el programa está abierto a familias monoparentales, sin embargo una pareja ofrece una mejor disponibilidad temporal para cuidar a los niños y dividirse las tareas.
- **Con hijos biológicos:** la experiencia de haber tenido hijos propios es una cualidad que se valora a la hora de evaluar a las familias.

⁵ *¿Cómo ser una familia de acogimiento?* Consultado el 14 de agosto de 2018 en el sitio web del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en: <http://www.buenosaires.gob.ar/desarrollohumanoyhabitat/quienes-pueden-ser-familias-acogedoras-0>

Estos requisitos no son excluyentes.⁶ Cada persona que se acerca, si reúne las condiciones básicas de residir en la Ciudad de Buenos Aires y tiene 18 años o más, es evaluada. No obstante, a la hora de salir a buscar familias se busca a este público porque es el que reúne las condiciones más idóneas para acoger a los niños y, además, cuenta con mayores probabilidades de superar las etapas de evaluación.

El proceso para transformarse en una familia de acogimiento consta de las siguientes etapas:

1. Contactar a la Dirección General de Niñez y Adolescencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a través del formulario de inscripción online, de forma telefónica o por correo electrónico.
2. Participar del proceso de evaluación psico-social del grupo familiar.
3. Obtener la consideración de aptitud como familia de acogimiento luego del proceso de evaluación.
4. Asistir a capacitaciones básicas en legislación, cuidados y RCP, entre otras. Dichas capacitaciones se desarrollan antes y durante el acogimiento del niño.
5. Inscripción en el Registro de Familias Acogedoras de la Dirección General de Niñez y Adolescencia.
6. Inicio de los procesos de acogimiento: se garantiza el acompañamiento a la familia acogedora y al niño, la cobertura sanitaria, educativa y recreativa a través de efectores públicos y prestaciones de apoyo para gastos en concepto de su manutención.



Universidad de
San Andrés

⁶ Un requisito que sí es excluyente es que las personas que estén interesadas en transformarse en familias de acogimiento no deben estar inscriptas en el Registro Único de Aspirantes a Guarda con fines Adoptivos (RUAGA). Este requisito existe con el objetivo de que las familias de acogimiento no utilicen esta práctica como un atajo para poder recibir más rápidamente a un niño en su hogar y luego intenten quedarse con él de manera definitiva. La diferencia entre una familia de tránsito y una adoptiva debe quedar bien marcada para evitar conflictos que ya se han dado en otros programas similares.

II. Promoción del Programa de Acogimiento Familiar



a. Q1: junio a septiembre de 2017

- **Publicación promocionada en página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

Una vez puestos en orden todos los elementos necesarios para poder hacer crecer al programa, la primera acción de promoción se realizó el 28 de junio de 2017 a través de la página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. La publicación fue segmentada y promocionada entre personas de entre 40 y 60 años, residentes en la Ciudad de Buenos Aires de un nivel socioeconómico alto.

La pieza de difusión fue un video de 29 segundos de duración que mostraba a un bebé durmiendo que recibe cuidados de parte de una mujer. Se superimprime el siguiente texto:

“Ahora Matías vuelve a tener quien lo cuide.

Tu familia puede ser su familia por un tiempo.”

Continúa con el siguiente llamado a la acción:

“Inscribí a tu familia en el programa ACOGIMIENTO FAMILIAR:

www.buenosaires.gob.ar/AcogimientoFamiliar”

Y finaliza:

“Un chico puede recibir el amor y el cuidado que necesita”.

En tanto, el texto que acompaña la publicación expresa lo siguiente:

“UN GESTO DE AMOR QUE CAMBIA VIDAS

Con el Programa de Acogimiento Familiar podés abrirle a un niño la puerta de tu hogar de manera temporal. Si querés conocer más ingresá a: <http://bit.ly/Acogimiento-Familiar>.”

Por medio de la escena recreada, la estética, la música elegida, los textos y la historia que se cuenta (utilizando el nombre ficticio “Matías” para darle una identidad al bebé que se muestra), el video apunta a un impacto emotivo.

La interacción que logró esta publicación fue la siguiente:

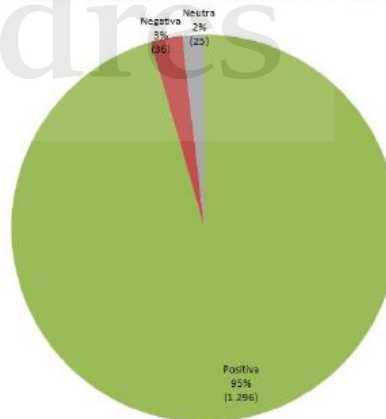


Alcance: 113.467
Alcance orgánico: 32.936
Alcance pago: 80.531
Interacciones: 2.339
Engagement Rate: 2.06%

(Muy alto, especialmente considerando el alto alcance)

Retención: 6 segundos (Alto)

Sentiment de la respuesta total
(687 reactions, 612 Shares y 71 comentarios)



Recepción

Comentarios más relevantes:



La gran mayoría de los comentarios, y los que más respuestas provocaron, muestran mucho desconocimiento por parte del público acerca de la práctica del acogimiento familiar y sus ventajas. Muchos critican el hecho de que la estancia de los niños con las familias sea temporal y el dolor que puede generar el momento de la separación en todos los involucrados.

En este sentido, surgen reclamos solicitando la agilización de los procesos y tiempos de adopción para que los chicos de los hogares puedan encontrar una familia definitiva.

- **Publicación orgánica en página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

El martes 11 de julio de 2017, se difundió a través de la página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que en ese momento contaba con alrededor de un millón de seguidores, el mismo video utilizado en la acción de promoción que se había realizado el mes anterior. El posteo fue acompañado del mismo texto que se utilizó en aquella ocasión, aunque esta vez fue difundido de forma orgánica, es decir, sin pauta publicitaria.

Recepción

The image shows a screenshot of a Facebook post with several comments. The comments are from users Erica Pertica, Lucía Candia, Andrea Recalde, Lucas Basile, Cecilia Bongiorno, and Alicia Guaycochea. Each comment includes the user's profile picture, name, text, and interaction buttons (likes, replies, and a 'Me gusta' button). The comments discuss the challenges of adoption, the need for family support, and the impact of the adoption process on children and families.

Erica Pertica Estaría bueno que se los den a las familias que están en lista de espera para adoptar y ya vayan generando vínculo, esa es mi opinión
Me gusta · Responder · 1 año · 103
4 respuestas

Lucía Candia Pura propaganda para que la Gente diga a mira qué bien lo que está haciendo el gobierno . LOS NIÑOS NO SON OBJETO PARA ESTAR EN CASA EN CASA tienen sentimientos y se encariñan ellos se merecen una familia k le de un verdadero amor y cuidados todos los días PORQUE NO TRABAJAN PARA ESOS NIÑOS TENGAN UN HOGAR VERDADERO NO TRANSITORIO
Me gusta · Responder · 1 año · 100
42 respuestas

Andrea Recalde X k provisorio sufre los chicos nosotros tambien. X k no lo dan en adopcion. te buscan asta el ultimo pelo para no dartelo. X k a ellos les conviene k cobran x tener chicos. k Dios los perdonen x jugar con el dolor de esos chicos y las personas k sufre x no poder tener hijos.
Me gusta · Responder · 1 año · Editado · 11

Lucas Basile El Acogimiento Familiar es un recurso de apoyo temporal en situaciones en las que la convivencia con la familia biológica no es posible. Por lo tanto, se trata de asegurar el desarrollo de los niños y niñas en un entorno familiar alternativo y transitor... Ver más
Me gusta · Responder · 1 año · 60
7 respuestas

Cecilia Bongiorno Y los chicos???? Y el daño q se les hace, t los dan un tiempo, se encariñan, t encariñan y después t lo sacan?????, no , es otra cosa lo q se debe hacer, q cambien las leyes de adopcion, q no sea todo tan doloroso, tanto para el q quiere adoptar como para la criatura q espera una familia!!!!
Me gusta · Responder · 1 año · 8
3 respuestas

Alicia Guaycochea Solucionen la ley de adopciones de una vez. Transitorio nada. El bebe se encariña y lo sacan para darlo a otros adoptantes transitorio. Eso es maltrato para el que no tiene voz.
Me gusta · Responder · 1 año · 12

El video fue reproducido 55 mil veces y obtuvo 1.591 reacciones, un 98 % de ellas positivas (hacer cálculo exacto después), 264 comentarios y 805 compartidos.

Al igual que en la publicación promocionada que se realizó en junio de 2017, los comentarios que más interacción tuvieron también apuntaron a remarcar el sufrimiento que puede provocar la separación de las familias de acogimiento y los niños cuando finaliza el proceso. Asimismo, se repiten los reclamos para agilizar los trámites de adopción.

Esta publicación llegó a muchas más personas en comparación a la que se realizó con pauta publicitaria, sin embargo su impacto no fue tan eficiente ya que el mensaje penetró en muchas personas que se encuentran fuera del target al que se apunta.

b. Q2: octubre de 2017 a enero de 2018

- Nota en Infobae

TENDENCIAS

El rol de las familias de acogimiento: "Por seis meses ellos son nuestros hijos"

Edgardo y Eugenia son una de las 8 parejas en todo el país que reciben bebés hasta que se les encuentre un hogar definitivo. Cómo es vivir sabiendo que ese "hijo" se marchará y por qué lo hacen. La importancia de dar amor de manera desinteresada

Por Carolina Lomazzi | 2 de noviembre de 2017
clomazzi@infobae.com

Compartir en Facebook

Compartir en Twitter



SALUD



Cáncer de pulmón: inmunoterapia más quimioterapia reduce en 50% el riesgo de muerte

Desde el Instituto Malbrán aseguraron que las pruebas de la bacteria estreptococo son "tranquilizadoras"

El 2 de noviembre de 2017 fue publicado en el portal de noticias Infobae un reportaje sobre el programa centrado en la historia de Edgardo y Eugenia, una de las familias de acogimiento.

La nota pone el foco en el relato de la pareja, aspecto que se ve reflejado desde el titular escogido. Sin embargo, también se brinda información de contexto acerca del funcionamiento del programa y de las ventajas que tiene la práctica para los niños a través de los testimonios de una funcionaria y una psicóloga.

Si bien dentro de la nota puede encontrarse el enlace a la web institucional con todas las vías de contacto para inscribirse, este enlace no cuenta con una gran visibilidad que lo haga destacarse sobre el resto del contenido. Por esta razón, el llamado a la acción para participar del programa no es del todo concreto.

La nota fue acompañada de un video con una entrevista a la pareja que los muestra dando su testimonio con la bebé que se encuentran cuidando en sus brazos. El video amplía el impacto

emotivo de la nota escrita, apoyándose en las características propias del formato audiovisual, que permite escuchar las palabras directamente de la boca de los protagonistas y mostrar más a la niña.

- **Tuit de Horacio Rodríguez Larreta**

El mismo día en que fue publicada la nota en Infobae, el jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires compartió este contenido en su cuenta de Twitter.



Recepción

El tuit tuvo 46 retuits y 191 me gusta. Además, recibió once comentarios:



Solo hubo un comentario positivo. El resto fueron negativos o neutrales y la gran mayoría de ellos no se refirieron al tema en cuestión.

- **Nota en Diario La Nación**

El 20 de noviembre de 2017 se publicó en el Diario La Nación (en sus versiones en papel y online) un nuevo reportaje sobre el programa. A diferencia de la nota publicada en Infobae, el contenido no se centra tanto en la historia de Eugenia y Gerardo, la familia de acogimiento que nuevamente colabora con su testimonio, sino que le brinda un poco más de espacio a

Ciudad de Buenos Aires | DARLES UN TECHO Y AMOR POR UN TIEMPO

Convocan a 240 familias que quieran cuidar a bebés que viven en hogares

Desde el Programa de Acogimiento porteño llaman a la gente a que se anime para recibir a chicos abandonados o separados de sus padres por orden de un juez, por ahora hay sólo ocho familias

Carola Suárez
PARA LANACION.COM

Una cuna, juguetes y un gimnasio para bebés le dan vida a la habitación llena de colores. Eso es el espacio que Eugenia y Gerardo, una familia de tránsito, tienen preparado para recibir a los chicos que cuidan temporalmente. Y ahí está ella, una bebé de tan sólo seis meses que llegó a la casa de esta pareja hace tres semanas.

Ella es parte del Programa de Acogimiento Familiar (PAF) que lleva adelante la Dirección General de Niños y Adolescencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El dispositivo funciona desde 2015 y brinda una alternativa de resguardo para chicos en su primera infancia que, por diferentes motivos, no pueden estar con sus familias de origen.

Actualmente hay sólo ocho familias registradas en el programa. Pero se necesitan muchas más, ya que son 800 los chicos de hasta 18 años que viven en hogares paralelos. De esta cifra, 240 tienen hasta 3 años. Si bien desde el gobierno reconocen el esfuerzo y la calidad con la que se trabaja en aquellas instituciones, sostienen que nada es comparable con el espacio familiar.

Ampliar el alcance

Con el objetivo de asegurar el derecho de los niños a vivir en familia, desde el gobierno porteño impulsan la simplificación del programa. Según Gabriela Francinelli, directora general de Niños y Adolescencia de la ciudad de Buenos Aires, la primera infancia es una etapa sumamente importante para el desarrollo y la evolución de un niño.

"Es el momento en el que los chicos forman la subjetividad, están formando su manera de vincularse y su emoción futura. Todo demuestra que lo mejor en ese momento de la vida de un niño es el estar con una mamá, la vinculación que tiene el acogimiento familiar. Es muy valioso que el chico pueda estar en el seno de una familia recibiendo el afecto, el apego, poder estar en brazos", expresa Francinelli.

Juegan, se miran, se conectan. Durante un tiempo, serán una familia. "Mientras estén con noso-

tros, nos sentimos con la responsabilidad de cuidarlos como si fueran nuestros hijos", sostiene Gerardo. Eugenia va por más: "Yo sé que no soy su mamá, lo tengo claro. Pero cuando los levanto a ups, cuando los quiero estreñar porque lo van a cuando los mamo, yo me siento su mamá. Mamá de tránsito, pero durante ese tiempo soy su mamá".

Para Gerardo, estas experiencias nunca podrían hacerse sin la voluntad de todos los integrantes de la familia. Uno de los requisitos del plan es que los niños tengan al menos un hijo. Eugenia y Gerardo tienen dos cada uno, de matrimonios anteriores. "Nosotros veníamos visitando hogares de niños y hasta habíamos empezado a traer

a los chicos a pasar un día en casa. Así que este fue un apunte un poquito más grande de lo que ya veníamos haciendo", dice Gerardo.

Siempre se intenta que los bebés estén el menor tiempo posible con las familias de tránsito, hasta resolver su situación de manera definitiva. En algunos casos, los niños pueden ser restituidos a su entorno de origen, aunque la mayoría de las veces eso no sucede y pasan a formar parte de una familia adoptiva.

"Si bien la legislación indica que el tiempo límite debería ser de 180 días como máximo, no siempre es posible. Hay que ver cada caso en particular", explica Romina Martínez, asistente social, integrante del equipo profesional del PAF.

Y agrega: "La idea es ampliar el programa para abordar otras edades, otras problemáticas, porque consideramos que la familia es el mejor ámbito para que se desarrolle un niño".

Eugenia juega con la bebé que tiene a resguardar, sentada en el piso, dentro de la habitación que tiene preparada para recibir a cada chico que llega. No sabe si van a ser varones o mujeres, es indistinto. Amor hay de sobra. "Este programa espera el bebé: lo que nos pase a nosotros cuando el bebé se vaya o lo que les pase a los papás cuando se vayan con el bebé es anecdótico. Lo importante es que el bebé tenga una familia", expresa Gerardo.

La bebé que la pareja está cuidando hace algunos días es la primera. Es la cuarta. "Es el primer caso que nos llegó con seis meses de vida. Los anteriores fueron bebés recién nacidos. Con el primero existieron todo tipo de miedos, desde cómo cuidarlo, cómo llamarlo a generar el vínculo hasta de qué forma reaccionaríamos cuando se fuera", cuenta Eugenia.

Diferencias emocionales

Según los profesionales que forman parte del programa, las diferencias en la evolución de un bebé que vive durante un tiempo en una familia de tránsito respecto de los que lo hacen en un hogar de menores son muy marcadas. Y ese es el principal objetivo del programa. "La política de acogimiento familiar hace que el niño una vez que



Eugenia y Gerardo, con la bebé de 6 meses que están cuidando

la evolución del chico que está en tránsito. Por ese motivo apuntamos al crecimiento de esta política pública de Estado", subraya Francinelli.

Así lo resfirma también Martínez: "Lo que se ve en los bebés que están alojados en familias es que evolucionan rapidísimo, que crecen muy bien, que empiezan a aumentar de peso. Cambian la mirada, crece su nivel de actividad. Es un privilegio ver de una semana a la otra cómo se acelera el proceso evolutivo de cada chico".

Las familias de tránsito no están solas. Cuentan con el acompañamiento de profesionales que trabajan en el programa durante el proceso del acogimiento y con el de un colectivo de familias que se contienen mutuamente. "Este programa tiene más que ver con la comunidad. Con un apoyo que sirven de mucho apoyo, de mucha contención, de compartir las vivencias, de poder empatizar con el otro", afirma Martínez.

Dentro del marco del programa existen también las llamadas familias de apoyo. Son personas que, por distintas razones, no son familias de tránsito, pero colaboran de una u otra forma con las que sí ya tienen a resguardar oficialmente a algún bebé. Eugenia, por ejemplo, trabaja algunas horas y es una niñera la que en ese momento cuida al bebé que vive con ellos. Pero si, por alguna razón, no contaran con

la persona, algún miembro de estas familias podría cuidarlo.

"Hay mucho apoyo. El programa ve la posibilidad de que haya otra mamá de tránsito o de apoyo que se puede quedar un día con el niño. Siempre alguien te ayuda. Yo tengo una vivencia muy comunitaria del programa. No somos una familia aislada. Somos como muchos locos juntos", explica Eugenia en confianza.

Por otra parte, si bien el programa asegura a las familias un subsidio para cubrir los gastos básicos que requiera el cuidado del bebé, mucha gente se solidariza con las familias de tránsito y ayuda de qué modo que puede. "Se preguntan en qué pueden colaborar, le regalaban ropa para los bebés o hasta los vienen a visitar", cuenta Gerardo.

Desde la Dirección General de Niños de la Ciudad de Buenos Aires impulsan ampliar el PAF para incluir chicos de segunda infancia.

Sobre este punto, Francinelli explica: "Nosotros tenemos una mirada escalonada. Queremos poder cumplir primero con todo lo que es primera infancia y luego iremos construyendo a lo que es segunda infancia. Para eso hay que aumentar el número de familias, pero también fortalecerlas. No es lo mismo tener un bebé que no es chico más grandes. Para cumplir ese objetivo, seguimos trabajando de manera conjunta con todos los integrantes del programa".

CUÁNDO SE ACTIVA LA BÚSQUEDA DE UNA FAMILIA

Cuando el Consejo de los Derechos de Niños, Niños y Adolescentes, junto a otros organismos, determina que un chico debe ser separado de su núcleo de origen por determinación judicial, comienza el proceso de búsqueda de una familia de tránsito. Previamente, las personas interesadas en participar de este programa como cuidadores deben estar registradas en el Programa de Acogimiento Familiar (PAF). Los interesados tienen que estar muy conscientes de la decisión de ser familia de tránsito porque implica un esfuerzo y una demanda importantes. Participan de capacitaciones, se someten a un proceso de visitas a sus hogares y a evaluaciones exhaustivas y minuciosas, que analizan la capacidad por miembros del programa con aspectos sociales y psicológicos que se relacionan con el área de salud y con el proceso. Una vez finalizado este proceso, los profesionales determinan si cumplen o no con los requisitos para ser una familia de tránsito.

explicar qué es el programa y la práctica en sí.

Esto ya puede observarse desde el título utilizado, que fue “*Convocan a 240 familias que quieran cuidar a bebés que viven en hogares*”. Yendo al texto del cuerpo principal, la nota se centra en brindar información sobre el programa, los beneficios de la práctica de acogimiento para los niños, los requisitos para participar y cómo se acompaña a los participantes en el proceso. La historia de la pareja está presente para darle una entidad real a todo lo que se está contando.

La cifra que se menciona es, en cierta medida, simbólica y supera ampliamente al objetivo que se había propuesto a corto plazo el equipo del programa. Sin embargo, no es un número casual ya que representa la cantidad de familias que se necesitan para cubrir la demanda de chicos de 0 a 3 años que se encuentran habitando los hogares de tránsito de la Ciudad de Buenos Aires. Este grupo etario, como se mencionó anteriormente, es el que se prioriza en la primera etapa de reconversión del programa.

Uno de los defectos de la nota es que no brinda datos de contacto para ponerse en contacto con el programa para hacer consultas o inscribirse en él, por lo que el llamado a la acción para convocar a las 240 familias que se mencionan en el título no termina de ser claro.

Además, otra falla que aparece es que se informa que las personas que se quieren postular deben tener hijos biológicos. Esto, en realidad, no es así. Si bien se prefiere que las familias que se anoten tengan la experiencia de haber criado hijos propios, no es un requisito excluyente.

El reportaje fue complementado por un video que amplía el testimonio de la pareja. Este video fue también publicado en el canal de cable La Nación +, con el agregado de una periodista que explicó el funcionamiento del programa y de la práctica, información similar a la que apareció en la publicación escrita.

En este video solo se ofreció una dirección de correo electrónico para ponerse en contacto con el programa.

Recepción

Hubo 115 comentarios. Se destacó una persona muy activa que hizo notar su posición negativa acerca de la práctica, interviniendo en la mayoría de los mensajes y tratando de imponer su punto de vista. Sus críticas apuntaron a la separación del niño de una familia en el final del proceso de acogimiento, visto por esta persona como un momento muy traumático para todos los involucrados.

La publicación de esta nota en un diario tan importante como La Nación llevó el tema a otros medios, como radios, televisión y otros portales online.

- **Publicación orgánica en página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

Nuevamente, se volvió a realizar una publicación orgánica en la página de Facebook del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Se utilizó el mismo video que había sido difundido a través de este mismo canal en junio y julio de 2017.



El video tuvo 73.000 reproducciones, fue compartido 851 veces y tuvo 247 comentarios. Además tuvo 1.757 reacciones, un 97 % de ellas positivas.

Recepción

Patricia Pose Adopción!!!nada d familias por un ratito eso le hace mal al chico y a la familia.el lazo se hace fuerte y después cuando t lo quieren sacar destruyen ambas partes!!!es todo un negociado.lo digo con fundamentos.adopcion y dejen de negociar con las criaturas!!!!

Me gusta · Responder · 33 sem 144

↳ 16 respuestas

Maru Honigsblum Está muy bueno desde el título,pero a esa persona le das todo tu amor y después la justicia te lo saca como si fuera un florero hay que cambiar urgente esto!!!! Para que sirva.

Me gusta · Responder · 33 sem 67

↳ 9 respuestas

Lauty Gimi Es hermoso!!! Pero pq no se cambian las leyes de adopcion....asi los hogares no tienen q ser transitorios sino definitivos. 😊

Me gusta · Responder · 33 sem 52

↳ 2 respuestas

Adriana Acuña No yo no puedo por qué una vez que tienes una criatura en tu casa como haces para dejarla ir ? Y que ese niño no sufra eso es una crueldad cambien las leyes den a esos niños en adopcion directamente no jueguen con los sentimientos de esas criaturas no ven que sufren????????????son seres humanos no cachorros. No tienen compacion por esos niños !!!!

Me gusta · Responder · 33 sem 32

Andrea Milco Mi bisabuela crió a 6 chicos de la ex Casa Cuna, vivían como unos hermanos más entre mis tíos abuelos y mi abuela.Un gran acto de amor! Pero siempre me contaba que era muy duro cuando los venían a buscar, se iban llorando y gritando que querías quedarse, nunca más los veían. Uno solo, de grande, volvió a visitarlos. Parece de película, pero pasó, acá nomás, año 1929/1930 aprox. Es un tema difícil...

Me gusta · Responder · 33 sem 18

↳ 2 respuestas

María Mercedes Córdoba Las adopciones deben ser instantáneas y para siempre para poder restablecer los vínculos del niño abandonado o victima de violencia. Los niños no son objetos que puedan ir pasando de casa en casa, necesitan su adopción DEFINITIVA E IRREVOCABLE.

Me gusta · Responder · 33 sem 20

↳ 1 respuesta

Veronica Spangenberg Es una crueldad,dejan a los niños mucho tiempo,y las familias se enamoran y aman al niño y viceversa,no es que los dejan una semana,los dejan 3 o 4 años,y un día sin explicaciones,los arrancan de una vida llena de amor,por segunda,tercera o cuarta vez ... Ver más

Me gusta · Responder · 33 sem · Editado 13

Mercedes Gallinger Me parece pésimo ese programa! En lo que menos piensan es en las necesidades del niño! No necesitan vincularse, amar y ser amados y que vuelvan a sufrir el abandono, que los arranquen de los que los aman, nepestan ser adoptados!!! Lo que hay que mejorar en este país es la adopción, recién ahí van a poder decir y demostrar que piensan en los derechos del

Se repiten los comentarios negativos por el carácter transitorio de esta práctica y los reclamos para la agilización del proceso de adopciones.

c. Q3: febrero a mayo de 2018

- **Publicación en Instagram de Horacio Rodríguez Larreta**



El 5 de febrero de 2018 se publicó en la cuenta de Instagram del jefe de Gobierno, Horacio Rodríguez Larreta, una foto de él durante una visita a la casa de una de las familias de acogimiento. En la foto se observa la bebé que se está siendo cuidada por esta familia (de espaldas, para preservar su identidad) apoyada en las piernas de su mamá de tránsito.

El texto que acompaña la publicación presenta el Programa de Acogimiento Familiar describiendo brevemente la tarea que realizan Eugenia y Gerardo (pareja que volvió a colaborar para ayudar a difundir el programa) y se enfoca en la edad, “hasta 3 años”, de los chicos a los que se les busca una familia de tránsito. También cuenta que los niños pueden estar en estas familias “hasta encontrar padres adoptivos”, sin mencionar que pueden volver a su familia de origen.

Por último, también habla de todos los tipos de familias que pueden participar de la iniciativa, “mujeres solas, hombres solos y matrimonios igualitarios”, dando a entender que el programa se encuentra abierto a la diversidad y a las nuevas configuraciones familiares. En acciones previas este aspecto no estaba siendo comunicado y es probable que muchas personas que no conforman una estructura familiar tradicional (es decir, parejas heterosexuales casadas) se autoexcluyeran de participar.

No está presente el link a la web del programa ya que esto no es algo que se suele hacer en Instagram. La plataforma de esta red social no enlaza los links en los textos de las publicaciones.

Este contenido fue solo difundido de manera orgánica.

Recepción

La publicación tuvo 1.658 me gusta y recibió 43 comentarios.

alejandro.costantino Muy lindo todo pero bajen la inflación así no los van a volver a votar!

margaritazanichelli Donde inscribirse?

margaritazanichelli @margaritazanichelli #lupetagliaferri

romibrignole @federavizzini nos anotamos?? ❤️❤️❤️

stella_decoz Que lindo. Experiencia tenemos con mí esposo criamos 5 hijos. Que te parece @walter.coz56 ???

malexfigue Excelente iniciativa, felicitaciones!

gachy_iglesias cuanta gente buena!!!! apuren al RUAGA!!

lorenalandeira Que lindaaa

valerinalvarez ❤️😊👍👍👍👍

luciaamendolara FELICITACIONES CAMBIEMOS

alejapolchi ❤️

oliveraanita Lamentablemente trabajo todo el dia, sino seria un enorme placer

emyx8 flexibilidad en la ley de adopcion menos trabas paso niños con flia cecibermejo Hola! Cómo puedo hacer para que alguien escuche mi opinión? Tienen algún email que alguien del gobierno lea?

pato.alonso63 Cuanto amorrrrr esas familias, q buenooooo 🍌🍌🍌🍌🍌🍌❤️

aegalean El unico pais del mundo donde premian a los que toman terrenos del estado y esta lleno de extranjeros ilegales, un desatre la villa 31.....la ilegalidad se premia...todas esas casas no respetan la

janecorreasilva Todo lo que se haga para brindar amor a un niño que no tiene familia, me parece maravilloso...ahora, un bebe que fue criado com una familia, que recibe amor, carinho...y despues tiene que irse con otra familia...como queda ese chico emocionalmente ???

gladysgullari ❤️❤️❤️❤️❤️🍼🍼

susanaseque51 Me parece muy bien!!! Hay mucha gente que desea dar AMOR...y muchas personitas , que necesitan recibir AMOR!!!!!!

fasanellachantal_50 Muchísimas gracias por tan bella, tierna, conmovedora iniciativa ! 🙌🌸👍👍❤️👍👍😊🍌❤️

olga_norah Que lindo, ejemplo de buena familia, los quiero.

olga_norah Que lindo, hermosa familia

hermidaleticia Existe la posibilidad de la posterior adopción?

abupetty Q hermosa acción. Lástima q ya estoy crecida, sino mi esposo y yo nos anotaríamos. ❤️❤️

stellamarisespinola Que lindooo!!

esusana3 Larreta!!!! Bien las trabajos de las combis!!!! Uso el ascensor!!!! Re Bueno!!!! Yo me caí en la escalera....así que lo cuiden siempre!!!!

esusana3 No soy de CABA.... SI NO IRÍA A LAS CHARLAS!!!!!!

esusana3 Amo CAPITAL!!!!!!

lizziepacciani Me pasas como anotarse

cristsanjan @margaritazanichelli como puedo inscribirme

patriciamb11 Que bueno q hagan esto. ❤️

maria_amalfitani Felicitaciones hermosas

Los comentarios fueron en promedio más positivos que negativos. Surgieron también algunas consultas de solicitud para ampliar la información y cómo hacer para inscribirse. Estas consultas no fueron contestadas.

- **Video en carteleras digitales (subtes, Registro Civil, sedes comunales y centros de salud)**

A partir del 9 de febrero de 2018 se emitió durante dos semanas un video de promoción del programa en las carteleras digitales que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires posee en distintos lugares de tránsito masivo y centros de atención.

El video, de 47 segundos de duración, fue grabado durante la visita del jefe de Gobierno, Horacio Rodríguez Larreta, a una de las familias de acogimiento y muestra imágenes de esta familia con la bebé y algunas breves apariciones de los funcionarios presentes ese día.

La historia que se cuenta se centra en el testimonio de estas personas que participan del programa, quienes relatan su experiencia y todos los aspectos positivos del acogimiento familiar, tanto para los bebés como para ellos. Estas palabras son intercaladas por textos que van apareciendo en pantalla. Entre los testimonios y estos textos, además de informar en qué consiste el programa, se apunta a generar un impacto emotivo.

“Este programa te va a cambiar la vida.

Y la de los chicos también.

Acogimiento Familiar es la oportunidad para que nuestros chicos estén siempre en familia”.

Si bien la música escogida también apunta a generar este clima emotivo, el contexto de emisión de estos videos hace que el sonido se pierda, razón por la cual los subtítulos y los textos que se agregan en pantalla son fundamentales para contar la historia.

En tanto, en el contexto en que el público observa este video la atención es muy limitada, por es muy importante mantener el interés durante todo el tiempo necesario. El video no puede tener una duración muy extendida y debe, desde su inicio, buscar un impacto e ir al punto principal. La frase *“Este programa te va a cambiar la vida”* que aparece al principio del video tiene ese objetivo.

Durante parte del video también aparece el llamado a la acción *“Inscribite”* con los datos de la página web y el teléfono para comunicarse con el equipo del programa.



- **Nota en Todo Noticias**

El 4 de abril de 2018 se emitió en el canal de noticias y se publicó en el portal web de Todo Noticias la historia de una nueva familia de acogimiento.

A diferencia de las notas publicadas en La Nación e Infobae, el relato solo contó con el testimonio de la familia de acogimiento y no tuvo la participación de funcionarios.

De esta forma, en la pieza audiovisual, de tres minutos y medio de duración, aparecen Rocío, madre de la familia, y Segundo, uno de los hijos. Ellos se encargan de contar cómo fue que surgió la idea de participar en el programa y su experiencia en el día a día con los bebés.

En una parte de la entrevista, Rocío también se encarga de describir brevemente en qué consiste el programa, con estas palabras:

“Es un programa que se ocupa de los chiquitos menores de dos años que están en situación que necesitan una familia, hasta que se defina judicialmente si los van a adoptar o si van a volver con su familia biológica, alguien que los cuide. (...) La idea es no adoptarlos, no que se queden con nosotros, sino prepararlos y darles todo el cariño y toda la contención, y que tengan la experiencia de una mamá, un papá, hermanos, mascotas (...), hasta que ellos tengan su familia definitiva o vuelvan con su mamá o su papá”.



El mensaje que ella da es muy simple, claro y resume muy bien cómo funciona el programa. Solo hay una pequeña falla que se produce cuando cuenta que el Acogimiento Familiar se ocupa de niños menores de dos años, cuando la edad de estos chicos es de hasta tres años (solo en esta etapa del programa).

Sobre el final del video se ofrece como contacto únicamente el correo electrónico del programa.

Por su parte, el artículo en la web presenta este video y un texto añadido que da más detalles sobre la historia de esta familia. Además, se agregan los teléfonos para ponerse en contacto con el equipo de Acogimiento Familiar.

Recepción

Hubo nueve comentarios en la nota publicada en la web, seis de ellos positivos y 3 negativos. Entre los negativos nuevamente surgió la crítica al carácter temporal de la práctica y el reclamo para optimizar y acelerar los procesos de adopción.

Los positivos fueron principalmente una reacción a los comentarios negativos.

- **Entrevista en América TV**

El 12 de abril de 2018, en el programa Pamela a la Tarde, una de las familias de acogimiento, Eugenia y Gerardo, fue entrevistada en vivo en el estudio del canal. Participó además de la

entrevista la ministra de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad de Buenos Aires, Guadalupe Tagliaferri.

En la entrevista, de siete minutos y medio de duración, los roles de los entrevistados estuvieron claramente definidos. Fue la ministra la que se encargó de explicar qué es el programa y todos los aspectos técnicos, mientras que la familia de acogimiento se encargó de contar su experiencia dentro del programa.

Sobre el final de la entrevista, en una placa textual se proporcionó la dirección del sitio web del Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad de Buenos Aires para inscribirse y obtener más información. Fue un error no haber proporcionado la dirección directa a la página del programa ya que sitio web del Ministerio no tiene un enlace directo a la información de Acogimiento Familiar.



- **Mailing Día de la Familia**

Aprovechando la celebración del Día Internacional de la Familia, el 14 de mayo de 2018 se realizó una campaña de comunicación directa por correo electrónico promocionando el programa.

La publicación fue dirigida a personas de entre 40 y 60 años, residentes en la Ciudad de Buenos Aires de un nivel socioeconómico alto. El asunto del correo electrónico fue “Una experiencia que te puede cambiar la vida”.



EL AMOR DE UNA FAMILIA
ES LO MÁS IMPORTANTE

PROGRAMA DE ACOGIMIENTO FAMILIAR

INSCRIBITE

¿Sabías que en la Ciudad hay muchos chicos que, por diferentes motivos, no pueden vivir con sus padres? En el Día de la Familia, queremos invitarte a abrirle las puertas de la tuya a un niño mientras espera ser adoptado.

Si te sumás al Programa de Acogimiento Familiar le vas a cambiar la vida a un chico, dándole la posibilidad de crecer en un ambiente de amor y contención.

¡Animate! Todos pueden participar: mujeres solas, hombres solos y matrimonios que puedan brindarle a un niño de hasta 3 años el cariño que se merece.



Este correo fue enviado a [email]. Para editar tus preferencias de correo hacé click [acá](#). Prohibida la reproducción total o parcial. Las imágenes son ilustrativas. Si no querés recibir este mail hacé click [acá](#). No volverás a ser contactado. ¡Muchas gracias!

Información de contacto: Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Uspallata 3160 - C1437JCL, CABA, Argentina.

Ley de Protección de datos de la CABA, Ley 1845 Título IV art.13 inc. B) El titular tiene Derecho de acceso, previa acreditación de su identidad, a solicitar y obtener información relativa a los datos personales referidos a su persona que se encuentren incluidos en los archivos, registros, bases o bancos de datos del sector público de la Ciudad de Buenos Aires.Inc C) Tiene Derecho de rectificación, actualización o supresión de sus datos.

Enviado por la Dirección General de Comunicación Directa | Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

En el encabezado de la pieza se colocó la imagen de una de las mujeres que participa de este programa con un bebé en sus brazos. Junto a él, un título que decía “*El amor de una familia es lo más importante*”.

Debajo del nombre del programa, se insertó un botón con el llamado a la acción “Inscribite”, que dirigía al sitio web con más información y el formulario de inscripción.

Debajo de este botón, se colocó un texto que, brevemente, describía el Acogimiento Familiar y precisaba que “*Todos pueden participar: mujeres solas, hombres solos y matrimonios que pueden brindarle a un niño de hasta 3 años el cariño que se merece*”.

Con todos estos elementos, el mensaje apeló a generar un impacto emotivo.

Recepción

El correo electrónico fue enviado a una base de datos de 50.272 personas y tuvo 14.922 aperturas, es decir un 29,68 %, un porcentaje normal para este tipo mensajes.

| ABRIR TIPOS | TOTAL | EMAILS ENTREGADOS |
|--|--------|-------------------|
| <u>Aperturas únicas con imágenes</u> | 9.131 | 18,16% |
| Aperturas únicas con sólo texto | 447 | 0,89% |
| Total de aperturas únicas | 9.578 | 19,05% |
| <u>Aperturas con imágenes</u> | 14.225 | |
| Aperturas sólo con texto | 697 | |
| Aperturas desde las redes sociales | 0 | |
| <u>Aperturas desde la biblioteca web</u> | 0 | |
| Total de aperturas | 14.922 | 29,68% |
| Media de aperturas por destinatario | 1,56 | |

| CLIC S | TOTAL | EMAILS ENTREGADOS |
|---|--------|-------------------|
| <u>Entregado</u> | 50.272 | |
| <u>Clics únicos</u> | 364 | 0,72% |
| <u>Lectores que han hecho clic sin imágenes</u> | 17 | 0,03% |
| <u>Total de clics</u> | 439 | 0,87% |
| Media de clics por destinatario | 1,21 | |
| CTOR | 3,98% | |

Además, de la totalidad de las personas que recibió el mensaje, 364 hicieron clic en alguno de los enlaces, y hubo *un Click to open rate (CTOR)* de un 3,98 %, también una tasa normal para este tipo de envíos.

- **Cartelera digital Día de la Familia (subtes, Registro Civil, sedes comunales y centros de salud)**

Aprovechando esta misma efeméride, se emitió un video en cartelera digital de subtes, Registro Civil, sedes comunales y centros de salud.

El video, de 27 segundos de duración, contuvo imágenes de distintas familias de acogimiento cuidando a los bebés y el siguiente texto que iba haciendo su aparición a medida que avanzaba la pieza:

“Estos chicos tienen el amor que necesitan.

Tu familia también puede ser por un tiempo la familia de otros chicos”.

Como placa final, se especificaron los siguientes datos de contacto:

“Programa de Acogimiento Familiar

4124-5000

Lu a Vi de 10 a 16 h.

acogimientofamiliar@buenosaires.gob.ar

Nuevamente, faltó la información con el enlace al sitio web del programa con el formulario de inscripción.



d. Q4: junio a septiembre de 2018

- **Nota en Diario Clarín**

El 10 de septiembre de 2018 se publicó un artículo en el Diario Clarín que relató las historias de tres familias de acogimiento. Con el título “*Sólo 14 familias en la Ciudad se ofrecen a cuidar a los bebés que esperan ser adoptados*”, la nota ocupó las dos páginas centrales de la sección Sociedad del diario.

Como aspecto novedoso, se incluyeron dos notas relacionadas que precisaron más sobre los requisitos para participar del programa y los apoyos que reciben las familias cuando cuidan a un bebé (pañales, leche y el 75 % de un salario mínimo, vital y móvil, y otro artículo de una psicóloga especializada en niñez que enumeró los beneficios de esta práctica para los bebés.



Como una más. Isabel, de 7 meses, vive desde marzo con Lisa, Diego y sus dos hijos. “Uno lo hace para dar amor y los nenes se devuelven muchísimo más”, dicen. FOTO: MARCO QUINTEROS

Sólo 14 familias en la Ciudad se ofrecen a cuidar a los bebés que esperan ser adoptados

Son voluntarios que se hacen cargo de nenes menores de tres años hasta que un juez determine quiénes serán sus nuevos padres. Su rol es clave, pero faltan: se necesitan otros 240.

Paula Galinsky
pgalinsky@clarin.com

“Cuando Belén me llama mamá, yo no le digo ‘no’, pero tampoco refuerzo estáis. Le respondo: ‘Mamá y papá están por llegar, ya falta poco’. Y me lo repito para mí, para que me quede claro cuál es mi rol: estoy para acompañarla y darle todo mi amor hasta que comience a su familia”. Lo dice Eugenia (47), mientras Belén, de un año y cuatro meses, intenta agarrar una medallita de la mesita de ese living de San Telmo. Con su marido Gerardo (50) son una de las 14 familias de tránsito que crían niños en la Ciudad de Buenos Aires.

Se trata de personas que se ofrecen para compartir el día a día desde que un juez pide una medida de protección hasta que son adoptados. Cumplen un rol clave, pero son pocos: sólo en la Ciudad, se necesitan 240 familias para hacer lo mismo que Eugenia y Gerardo con pequeños de hasta tres años, según señalan a Clarín desde el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat porteño.

Dicen que cuanto más pequeño es, más rápido se construye el vínculo. “Lo amás como si fuera un hijo pro-

prio. Uno es un compromiso emocionalmente y las despedidas son durísimas. Pero eso no es lo importante: hay que correr el foco de uno y pensar en lo que necesita el bebé”, asegura Gerardo. La pareja forma una familia ensamblada: ella tiene dos hijos y él otros dos, que ya son grandes y viven solos. Están en el programa, que tiene tres años, desde 2016. Belén es el cuarto bebé del que se están haciendo cargo.

Cada familia de tránsito cuenta con la contención y la supervisión de un psicólogo y un trabajador social. A través de ellos, se van enterando de la situación judicial del niño. “Por ejemplo, ahora sabemos que falta poco para que Belén se vaya”, cuenta Eugenia, que es psicóloga y dice que uno de los momentos más conmovedores del proceso es cuando el pequeño ve por primera vez a sus padres adoptivos. “Los invitamos tanto que van a llegar que cuando aparecen es una fiesta. La vinculación empieza en nuestra casa, los papás se instalan con nosotros desde la mañana hasta la noche, durante los días que resulte necesario. Y un día, se van con él o ella”, aporta Gerardo, que es ingeniero eléctrico.



Puro afecto. Gerardo y Eugenia juegan con Belén, de 1 año y 4 meses.



Cuidado. Simón es el segundo bebé que recibe la familia de Rocío (der.).

La nena que cuidaba Rocío (51), junto a su marido Martín (55) y sus hijos adolescentes, **se fue con su familia adoptiva el 24 de diciembre** del año pasado. "Estuve junto a ella durante cuatro meses desde sus 15 días de vida. Imaginate cómo pasé la Navidad", le dice a este diario. Lloró tanto que su familia le dijo que iba a ser la última experiencia de estas características. Pero, al poco tiempo, cambiaron de idea y llegó Simón, que ahora tiene seis meses y pide la mami desde sus brazos.

Sus días, desde que llegó el nuevo bebé, volvieron a llenarse de pañales y horarios complicados. "Hacemos colecho así que arrancamos a las 5.30, hora en la que se levanta", cuenta Rocío, que es médica y divide sus días entre su profesión, sus hijos y Simón. "Intento que genere apego con **determinados elementos para que después no sufra** cuando tengamos que separarnos: en vez de cantarle, él tiene su música y en lugar de que me agarre el pelo para, por ejemplo, dormir, tiene un trapito como objeto transicional", agrega Rocío.

A Isabel, de siete meses, Lisa (30) y Diego (50) la fueron a buscar al área de Neonatología de un hospital porte-

ño. Llegó justo el 28 de marzo, para el cumpleaños de 11 de Juana quien, hasta hoy, **la cuida como una hermana.** Igual que Roque (9), hijo de la pareja, que durante la entrevista le juega a Isabel para que no lllore. "Yo digo que es una estafa: uno lo hace para dar amor pero, al final, los nenes te devuelven muchísimo más", opina Diego, que es abogado.

Isabel es la primera beba que cuidan. Saben que pronto saldrán sus papeles y será adoptada. "Nos estamos preparando para la despedida, estamos armando una cajita con sus cosas: se va a llevar la manta con la que vino del hospital, el cartel que estaba en su cuna con su peso, altura y más detalles de su nacimiento, y fotos con nosotros y las primeras veces que compartimos. Sus primeras vacaciones, su primera vez en el agua", sigue Lisa. Y agrega: "Antes les ocultaban a los chicos que eran adoptados porque atrás estaba la idea, y sigue estando en muchos casos, de que previo a conocer a sus padres de crianza alguien no los quiso y les faltó afecto. Lo que buscamos es que, por más que no se vaya a acordar de nosotros, Isabel sepa que antes de la adopción sí la quisieron y mucho". ■

Priorizan a los postulantes que ya son padres y les dan lo básico

En la Ciudad, hay más de 200 chicos menores de tres años que viven en hogares de tránsito. Para cambiar la realidad de estos niños existe un programa destinado a que familias porteñas se hagan cargo de ellos hasta que un juez decida qué es lo mejor para ellos: si revincularse con su familia biológica o ser dados en adopción.

Para participar del programa de acogimiento, que depende del Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad, hay que ser mayor de edad, vivir en Capital y no estar inscripto en el registro de adoptantes. Esto último es clave teniendo en cuenta que los postulantes deben saber que el objetivo es cuidarlo hasta que se declare la "situación de adoptabilidad".

"Hoy son 14 las familias que participan y hay 240 chicos de hasta tres años que viven en hogares. Por eso, decimos que faltan voluntarios: **crecer en una institución debe ser la última alternativa**, hay que priorizar el derecho de los niños a vivir en familia", explica a Clarín la ministra de Desarrollo Humano y Hábitat porteño, Guadalupe Tagliaferri. Y asegura que la idea, a largo plazo, es extender el programa a niños más grandes.

Pueden anotarse parejas o personas solas y, generalmente, **buscan que los postulantes ya sean padres**, por un tema de experiencia. A los interesados se les realizarán entrevistas psicológicas y estudios socioambientales para determinar si están en condiciones de cumplir con ese rol.

Además de las familias de acogi-

miento, **hay familias de apoyo que funcionan como tíos o abuelos de los chicos**. Se ocupan de llevarlos a un médico o quedarse con ellos algún fin de semana.

Para satisfacer las necesidades básicas del niño, se le da al adulto a cargo **leche, pañales y el equivalente al 75% del sueldo mínimo vital y móvil**. Además, un kit con lo básico para cuidar a un bebé, como cuna, cochecito, mamadera, chupete, etc.

Tras la adopción, las familias de tránsito pierden contacto con el niño, salvo que sus padres adoptivos decidan lo contrario y quieran que participen de su crecimiento. Por ejemplo, estando presente en sus cumpleaños o en otros momentos importantes de su vida. ■

Paula Galinsky

Esencial. Que los cuidados no se interrumpan contribuye a que el chico tenga un desarrollo psicoemocional saludable.

Una tarea silenciosa que deja una marca imborrable

Opinión

Fabiana Alejandra Isa
Psicóloga*

El vínculo entre el bebé o niño y la familia de acogimiento se va construyendo, al igual que toda otra relación intersubjetiva. Dicha construcción implica tiempo y una importante disponibilidad afectiva por parte de los adultos que lo reciben, quienes deberán estar dispuestos a dejar de lado sus propias necesidades y estar atentos para ir decodificando lo que el niño necesita.

Esta función primaria de "traducción" es el soporte vital de todo infante, ya que por, su prematuridad emocional, requiere para sobrevivir de ese otro significativo que **lo mire, le hable, lo acaricie, lo calme y le trasmite seguridad y afecto** mediante un amoroso cuidado.

Este circuito tan complejo se va desarrollando en cada historia de crianza, si no sucede ningún acontecimiento que interrumpa esta secuencia.

Para un recién nacido y antes de sus tres meses, la continuidad

de los cuidados y la permanencia de las mismas figuras primarias de apego **son fundamentales para su estructuración psíquica**. Es por ello que, desde nuestra disciplina, tenemos la preocupación respecto de cómo lograr disminuir el impacto de las separaciones tempranas en los niños que están privados del cuidado de sus padres. Y entendemos que, dentro de las opciones de cuidado transitorio,

Crear el vínculo implica mucho tiempo y afecto para ir decodificando lo que el niño necesita.

el acogimiento familiar es una buena herramienta que posibilita evitar las discontinuidades de los cuidados tempranos y abre la vía para que ese niño reciba intervenciones subjetivantes, es decir, aquellas que posibilitan su saludable desarrollo psicoemocional.

Estos mismos procesos **no pueden desarrollarse de esta forma ni con estos resultados bajo el cuidado del bebé en ámbitos institucionales**.

Esas inscripciones tempranas para

este bebé serán las que luego le facilitaran un desprendimiento exitoso de esa familia que lo cuidó primariamente. Hay algo que se genera en esos vínculos primarios de apego que redundan en seguridad emocional para ese niño y le posibilita volver a apearse a otras figuras.

Así es como el rol de la familia de acogimiento, tal vez invisible para ese niño en esta etapa fundante para él, dejará **una marca imborrable en su psiquismo** que le posibilitará continuar con su desarrollo emocional.

Paradójicamente, la función de estas familias es tan significativa en la vida del niño y a su vez está destinada a ser olvidada. Ellos dan a ese niño su amor y su tiempo en familia y asumen que su tarea dejará marcas significativas pero que necesariamente deberán dejarlo partir. Lo cuidan y lo aman por un tiempo con la grandeza de saber que ese niño volverá con su familia de origen o con una nueva familia que lo adoptará. **Es una tarea silenciosa, pero de una entrega conmovedora**. Y finalmente de eso se trata: amar es también dejar partir.

(* La autora es docente de la Universidad de Buenos Aires y especialista en Psicología Clínica Infanto Juvenil

El artículo cuenta con el testimonio de la ministra de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad de Buenos Aires, Guadalupe Tagliaferri, y no se mencionan datos de contacto con el programa para recibir más información o inscribirse.

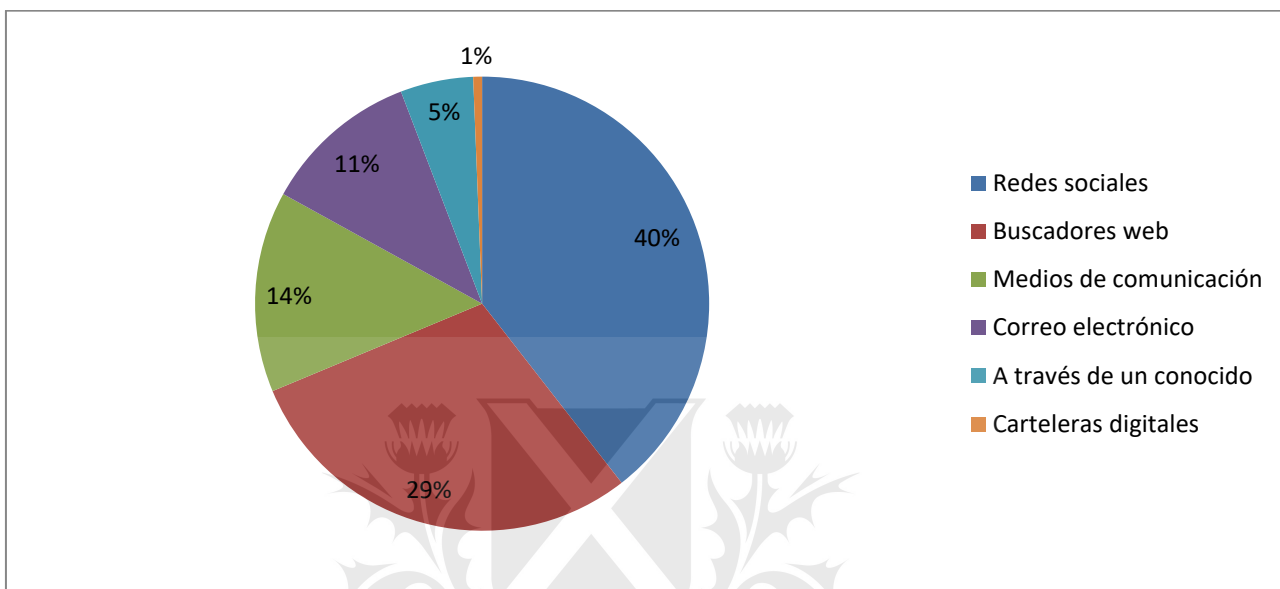
Recepción

En la versión online solo se registraron seis comentarios, tres de ellos positivos y la otra mitad negativa. Entre los aspectos negativos algunos usuarios hablan de una “propuesta excluyente” y de falta de apoyos materiales para cuidar a los chicos.

- 
- Carolina Peral** Hace 21 días
Excelente el programa de acogimiento familiar del gobierno de CABA.
Cuidar a estos niños, es un privilegio. Ojala sea difundido y puedan ingresar muchas familias
- Responder · Compartir 👍 0 💬 0
-
- Laura Leone** Hace 22 días
Me gustaría que se sepa, que hay pocas familias que reciben niños en tránsito, porque la propuesta es excluyente. Deja de lado a personas solas que bien pueden ser familia de tránsito, sin ningún conflicto de apropiación, que es a lo que le temen. Es una propuesta muy excluyente.
- Responder · Compartir 👍 0 💬 0
-
- Leonardo Fernandez** Hace 22 días
gobierno de la ciudad y clarin cinicos hijos de la mierda. Aplicamos para ese programa, y despues de meses de entrevistas, nos dicen que necesitan "familias con otra estructura" o sea, el problema era que los dos trabajamos, para este programa de miercoles esa no es un estructura familiar. Tenemos un niño y tiene una vida plena y con cuidados como todo niño, pero para el gobierno de la ciudad y sus inutiles, asi no se puede tener un niño en transito. El peor problema de estos inutiles, es que para decirnos eso no lo hicieron en la primer reunion, sino que despues de meses de entrevistas, por toda la ciudad (lo que conlleva pedir permisos laborales para poder asistir) salen con que no podemos trabajar ambos. MAMARRACHOS, muy poco serio
- Responder · Compartir 👍 1 💬 0
-
- Nestor Bonotto** Hace 22 días
El problema de que haya pocas familias que se ofrezcan no es falta de solidaridad: esos chicos no tienen cobertura médica ni ayuda alimentaria. Los padres en transición tienen que hacerse cargo de todo y pocos pueden afrontar el gasto. Dios bendiga a quienes pueden y lo hacen.
- Responder · Compartir 👍 1 💬 0
-
- Clides Risso** Hace 22 días
admiro y felicito a estas personas que dan tanto
- Responder · Compartir 👍 2 💬 0
-
- Beatriz Oli** Hace 22 días
Por Dios... qué corazones tienen estas personas... Es el desapego puro en pos de una vida feliz para esos niños. El cielo ganado sin duda.

e. Análisis general de las campañas

Según la información relevada a través del formulario de inscripción online entre el 14 de abril de 2017 y el 21 de septiembre de 2018, las 913 familias que se contactaron con el programa lo conocieron a través de los siguientes medios:



Las redes sociales, con un 40 % lideraron las formas en que las personas que se inscribieron a través del formulario conocieron el programa, seguido por los buscadores web con un 29 %, los medios de comunicación con un 14 % y la comunicación directa a través de correo electrónico con un 11 %. Más relegadas aparecen las personas que manifestaron haber conocido el programa a través del boca a boca, con un 5 %, y las acciones realizadas a través de carteleras digitales de subtes, centros de salud, Registro Civil y sedes comunales con apenas un 1 %.

Estos números muestran que casi la totalidad de las acciones de promoción llevadas adelante a través de los diferentes medios utilizados tuvieron impacto. Sin embargo, es muy importante remarcar algunos aspectos fundamentales para no caer en reduccionismos.

En primer lugar, es probable que muchas de las personas que manifestaron haber conocido el programa a través de redes sociales no lo hayan hecho a partir de las publicaciones que se realizaron desde las cuentas del Gobierno de la Ciudad, sino que pueden haberlas visto en otros espacios del mundo virtual.

Esto sucede así porque las notas periodísticas publicadas en medios de comunicación generan conversaciones que se trasladan a las redes sociales, haciendo que mucha gente conozca el programa y se acerque a él.

Cuando una persona está expuesta a un medio de comunicación y desea compartir con sus conocidos algún contenido que le haya llamado la atención, hoy, en general, lo hace a través de sus redes sociales, compartiendo un link, una publicación o una reflexión. A su vez, los medios de comunicación también suelen replicar los artículos que producen en sus propias cuentas digitales.

Como, por ejemplo, en este caso lo hizo TN, que al publicar en su cuenta de Facebook la historia de una de las familias de acogimiento que había dado a conocer en su noticiero y en su página web, logró, a partir del posteo en sus redes, mejores resultados cuantitativos que los alcanzados por las publicaciones del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires:



Por eso, dentro del porcentaje de personas que manifestaron haber conocido el programa gracias a las redes sociales, hay muchos casos que pueden ser más atribuibles a acciones de prensa. De hecho, una gran porción de estas personas que manifestaron haber conocido el programa a través de redes sociales se inscribieron al formulario inmediatamente después de la publicación de alguna nota en un medio periodístico.

Con respecto a los buscadores web sucede algo similar. Es difícil determinar si las búsquedas que los usuarios hicieron hasta llegar al formulario de inscripción se dieron por otras acciones de promoción o si no hubo influencia de ellas. La gran mayoría de las publicaciones en medios de comunicación tuvieron la particularidad de no haber proporcionado datos de contacto (o

solo un correo electrónico o una vía telefónica) y, muy posiblemente, algunas personas que se interesaron en participar del programa después de haber leído o visto alguna nota se vieron obligadas a recurrir a los motores de búsqueda para encontrar más información.

Evaluando las fechas de las inscripciones de las personas que manifestaron haber conocido el programa a través de buscadores web, también una gran cantidad de ellas coinciden con las fechas en que fue publicada o se emitió alguna nota en un medio de comunicación.

Como dato positivo, la web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, principalmente gracias a la potencia de su dominio, tiene un óptimo posicionamiento SEO y la información del programa es muy accesible. Pero, de igual modo, en futuras acciones en medios de comunicación sería más recomendable informar la dirección del sitio web para facilitar más el acceso a la información y ahorrar el paso de la búsqueda.

En este sentido, es muy necesario además unificar y alinear un discurso para evitar dar información imprecisa. Por ejemplo, en la primera nota que se realizó en el Diario La Nación se mencionó la obligatoriedad de tener hijos biológicos como requisito excluyente para participar del programa. También se hablaba de que solamente eran las personas en pareja las que tenían la posibilidad de participar y no las mujeres solas o los hombres solos o los matrimonios igualitarios.

Con el paso del tiempo y la realización de nuevas notas en medios de comunicación, estos mensajes se fueron ajustando, pero siguieron observándose algunas incongruencias, como la de no otorgar la dirección de la página web del programa o, en otros casos, ni siquiera brindar un dato de contacto con el equipo del programa.

En tanto, la comunicación directa a través de correo electrónico también dio muy buenos resultados. Con solo una acción de este tipo, la cantidad de inscripciones dentro del total de las que se obtuvieron fueron muy importantes. Esto sienta un buen precedente para volver a realizar acciones que apunten a conseguir más inscripciones.

La mejor opción, en este caso, sería no repetir el envío a las mismas personas para no generar saturación y un efecto negativo sobre los receptores. Por esta razón, es fundamental seguir expandiendo las bases de datos para hacer llegar el mensaje a nuevas familias.

El boca a boca también tuvo su impacto gracias a la colaboración de las familias de acogimiento, que no solo se convirtieron en un vehículo de difusión a través de los medios de comunicación, sino también en el contacto diario con otras personas. Esto fue posible gracias a las experiencias positivas que manifestaron vivir dentro del programa.

Sin embargo, para mantener esta ventaja es esencial seguir garantizando que la experiencia de las familias de acogimiento sea positiva, ya que, en caso de que suceda lo contrario, esto puede terminar jugando en contra.

En un futuro, con la llegada de nuevas familias al programa, sería importante sumar nuevos portavoces en los medios de comunicación para que no sean siempre las mismas personas las que terminan contando su historia. No solo para que estas historias sean novedosas, sino también para evitar sobreexponer a las mismas familias.

Con respecto a los aspectos más cualitativos de esta etapa de promoción, si bien en general las reacciones han sido más positivas que negativas, se observa que han sido las respuestas negativas las que han predominado en las conversaciones. Estos comentarios han tenido más relación con el desconocimiento que hay acerca de lo que es el acogimiento familiar que con una postura bien definida.

Una posible forma de neutralizar y contrarrestar esta situación podría ser a través de la intervención de estas conversaciones, participando de forma reactiva ante los comentarios negativos que puedan aparecer para informar y explicar bien por qué esta práctica es la mejor alternativa para los chicos que no pueden estar con sus familias de origen.

Sin embargo, está claro que además de llevar adelante campañas para captar nuevas familias, es necesario encarar una campaña de construcción de marca, no del programa en sí, sino de la práctica en general, para que el acogimiento familiar comience a ser más reconocido por toda la población.

Los países que se han transformado como referentes en la ejecución de esta práctica, como España, Italia, Reino Unido o Estados Unidos, han logrado instalar con mucho éxito al acogimiento familiar en el imaginario social. En la Argentina, este tema no parece estar tan instalado como, por ejemplo, sí lo está la adopción.

Las campañas de difusión del programa pueden tener su éxito, pero siempre va a ser relativo, ya que, como explicaron muchos autores especializados en la temática, tomar la decisión de convertirse en una familia de acogimiento es un proceso de reflexión que toma mucho tiempo, inclusive años. Construir una marca te permite estar presente en la mente de estas personas en el momento exacto en que deciden dar el paso para transformarse en una familia de tránsito.

Para lograr esto hay que ser constante con las acciones e insistir con campañas de comunicación de forma periódica. Los resultados pueden no verse de forma inmediata pero, a largo plazo, cuando una familia luego de meditarlo por mucho tiempo decide involucrarse en esta aventura, debe tener claro a qué lugar acudir una vez que toma la decisión.

Volviendo a las acciones realizadas en redes sociales, en Facebook, las publicaciones orgánicas tuvieron un rendimiento superior en cuanto a interacción con respecto a la única que se hizo de forma segmentada y con pauta. Sin embargo, la publicación paga fue más efectiva y consiguió en promedio más inscripciones al formulario online. En tanto, las publicaciones en Twitter e Instagram no tuvieron impacto sobre las inscripciones.

Por esta razón, para futuras campañas en redes sociales en las que exista el objetivo de lograr nuevas inscripciones, el espacio más recomendado es Facebook debido a su masividad, a las herramientas de segmentación que ofrece y a que el target al que se apunta parece estar más presente aquí. Twitter e Instagram no deberían descartarse, pero deberían ser considerados como espacios más propicios para acciones de construcción de marca.

Todas las acciones de prensa fueron fundamentales, sin embargo las notas publicadas en La Nación y Clarín tuvieron un impacto más importante. Esto es así porque estos espacios, debido a la lógica de cómo funcionan los medios en nuestro país, son los más relevantes y los que marcan la agenda del resto. Esto multiplica aún más las conversaciones acerca del tema que se dan dentro del mundo de los medios, dando lugar a nuevas notas que surgen en programas de radio, televisión y portales online, y también en las redes sociales. Por eso, sería clave seguir obteniendo espacios en estos medios.

Quizás, las acciones que se realizaron a través de carteleras digitales en distintos puntos de la Ciudad de Buenos Aires fueron las únicas que no tuvieron un impacto significativo. Si bien estas pantallas se encuentran ubicadas en espacios masivos, el contexto de recepción de personas en tránsito y con poca predisposición para prestar atención, no es el más adecuado para contar una historia de este tipo.

En futuras campañas no debería considerarse a las carteleras digitales como un medio prioritario para ir en búsqueda de nuevas inscripciones, sino que las comunicaciones deberían estar más pensadas como acciones de construcción de marca.

Universidad de
San Andrés

III. El contacto con las familias

a. El proceso cuando una familia se contacta

Debido a una cuestión de relevamiento de información, se analizarán únicamente los casos de las personas que se contactan a través del formulario online. De igual modo, esta vía de contacto representa aproximadamente un 80 % del acercamiento al programa.

El formulario de contacto solicita los datos básicos de las personas, pero además contiene dos preguntas filtro, que sirven para poder descartar desde un inicio a las personas que no cumplen con los requisitos básicos: lugar de residencia y si la persona se encuentra inscripta al Registro Único de Aspirantes a Guarda con fines Adoptivos (RUAGA).

Así se encuentra conformado el formulario de inscripción online:

- Dirección de correo electrónico
- Nombre
- Apellido
- Teléfono
- Sexo (opciones: Hombre – Mujer – Otro)
- ¿Vivís en la Ciudad de Buenos Aires? (opciones: Sí – No)
- ¿En qué comuna vivís? (Se debe elegir entre las 15 comunas de la Ciudad de Buenos Aires)
- ¿A qué te dedicás? (opciones: Docente - Empleado/a administrativo/a - Amo/a de casa – Policía - Abogado/a - Médico/a - Secretario/a - Ingeniero/a - Psicólogo/a – Comerciante – Otro)
- ¿Cómo te enteraste del programa? (opciones: A través de buscadores web - Redes sociales - Correo electrónico / E-mail - Mensaje de texto / SMS – Televisión - Diarios o revistas – Radio – Subte - Pantallas de hospitales, CeSAC o sedes comunales - Me contó un/a conocido/a)
- ¿Por qué querés ser una familia acogedora? (pregunta de libre respuesta)

Las personas que no cumplen con los requisitos básicos igualmente reciben un correo electrónico de agradecimiento por haberse interesado en participar, pero se les aclara que no pueden formar parte.

En tanto, las personas que sí cumplen esos requisitos básicos son contactadas a través de correo electrónico para asistir a una de las reuniones informativas que se desarrollan el primer jueves de cada mes en las oficinas del programa, ubicadas en una zona céntrica de la Ciudad de Buenos Aires. Estos encuentros se realizan en dos horarios, a los que las familias pueden asistir de acuerdo a su conveniencia: a las 9 o a las 17.

Los horarios fueron escogidos por el equipo del programa debido a que demostraron ser los que mayor convocatoria tuvieron después de haber probado varias opciones diferentes. Más

allá de esto, del total de las personas convocadas a estas reuniones informativas una gran porción no asiste a ellas (ver parte III).

El correo electrónico que se envía ya se encuentra prediseñado y contiene el siguiente mensaje:

“¡Hola [nombre]!

Agradecemos su interés en el Programa de Acogimiento Familiar.

¡Muchos chicos y chicas en la Ciudad necesitan una familia que los cuide!

Algunas consideraciones importantes a tener en cuenta:

El acogimiento familiar NO es adopción.

Este programa acompaña a familias que pueden brindarle cuidado temporal a niños y niñas que lo necesitan hasta que puedan regresar con su familia biológica o egresar con una familia adoptiva.

Desde el Gobierno de la Ciudad los vamos a acompañar, a vos y a tu familia, para que este proceso se dé de la mejor manera y que la estadía del niño o niña a tu cuidado se transforme en una experiencia gratificante para todos/as.

En este Programa, no sólo van a contar con todo nuestro acompañamiento, sino que van a formar parte de la red de familias que participan y tienen un rol fundamental en la restitución de derechos de los niños y niñas.

Por último, les adjuntamos los requisitos para ser familia de acogimiento.

Si creen que lo que les contamos puede transformarse en un proyecto para su familia, cumplen con los requisitos y tienen ganas de formar parte del Programa de Acogimiento Familiar, nos gustaría conocerlos.

Las próximas reuniones informativas son:

- *Jueves 04/10, a las 9 horas o a las 17 horas (pueden elegir el horario que más les convenga), en el 2° piso (Área de Supervisión), México 1661, CABA.*

Si tienen alguna duda, o si desean conocer más sobre el Programa, pueden llamarnos al 4124-5000/5001, de lunes a viernes de 10 a 16hs.

¡Los esperamos!

Saludos,

[nombre de la persona del equipo que envía el mensaje]”

El archivo adjunto que acompaña el mensaje refuerza, en dos páginas, los aspectos más importantes del Programa de Acogimiento Familiar: qué es, la diferencia con la adopción, los requisitos para participar y las etapas del proceso para convertirse en una familia de acogimiento.

Durante las reuniones informativas, en una primera parte se explica en profundidad qué es el acogimiento familiar, enumerando sus ventajas, haciendo foco en el carácter temporal de la permanencia de los niños con las familias y presentando las diferencias que esta práctica tiene con respecto a la adopción.

A continuación, con el objetivo de que los asistentes a estas charlas puedan tener la información completa acerca de lo que implica ser una familia de acogimiento antes de seguir avanzando en el proceso, se hace hincapié sobre los tiempos que demanda participar en el programa, las etapas que se deberán superar y los apoyos que recibirán de parte del equipo del programa. Asimismo, hay un espacio de preguntas para que las potenciales familias puedan despejar las dudas que tengan.

Una vez finalizada esta exposición, las familias ya se encuentran con la información necesaria para decidir si continúan el proceso o no. Aquellas que por algún motivo no pueden o no desean continuar,⁷ o que el equipo del programa detecta que no están en condiciones de ser familias de acogimiento, reciben información sobre otras iniciativas que se adaptan más a sus características para que puedan canalizar sus ganas de ayudar y su solidaridad.

Por su parte, las personas que sí están de acuerdo en avanzar para convertirse en familias de acogimiento firman un consentimiento para iniciar el proceso de evaluación. Este documento puede ser firmado en ese mismo momento o puede ser enviado posteriormente por correo electrónico. Las personas que toman la decisión de enviar el consentimiento después, en general, lo hacen porque necesitan pensar detenidamente si van a continuar el proceso o porque deben terminar de decidirlo con otros miembros de su grupo familiar.

Las familias que son invitadas a las reuniones informativas y no asisten no vuelven a ser contactadas. En tanto, aquellas personas que se llevaron el consentimiento para firmar con posterioridad y son vistas por el equipo como familias con mucho potencial para ser parte del programa, vuelven a ser contactadas en un término aproximado de un mes en el caso de que no hayan enviado el documento.

La firma del consentimiento habilita al equipo del programa a proveer los datos de las familias a la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, institución que se encarga de

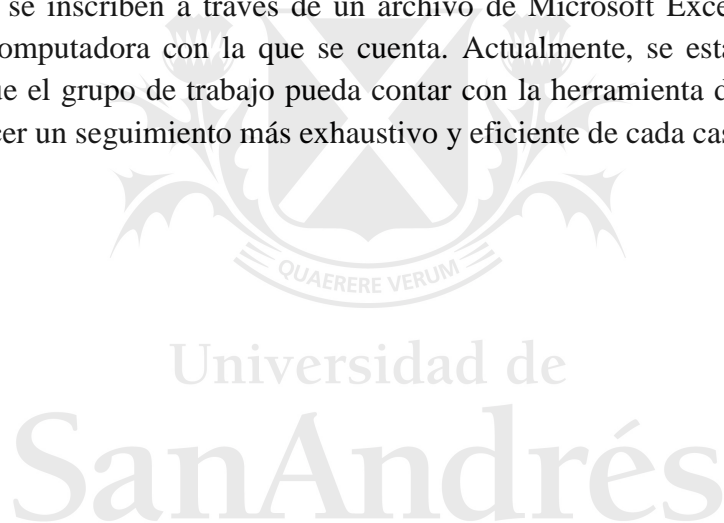
⁷ Los motivos pueden ser diversos, desde que el programa no se ajusta a lo que pensaban que era antes de asistir a la charla hasta que las familias se dan cuenta que no están en condiciones de acoger a un niño por falta de tiempo o disponibilidad.

llevar adelante las evaluaciones psicológicas de las familias. Esta etapa ya es individual y en ella son evaluados todos los miembros del grupo familiar, no solo los padres.

Una vez que las familias logran superar esta etapa, el equipo del Programa de Acogimiento Familiar visita los hogares de estas familias para realizar una evaluación socioambiental, corroborando que estos espacios donde se alojarán temporalmente los chicos tengan las condiciones adecuadas de higiene y seguridad.

Finalmente, antes de dar el paso final e inscribirse en el Registro de Familias Acogedoras de la Dirección General de Niñez y Adolescencia, se debe asistir obligatoriamente a una capacitación sobre cuidados básicos de los niños y es posible participar de espacios de intercambio con otras familias de acogimiento para conocer la experiencia de personas que ya transitaron el camino.

Es importante mencionar que el equipo del programa lleva adelante un seguimiento de todas las personas que se inscriben a través de un archivo de Microsoft Excel, que es gestionado desde la única computadora con la que se cuenta. Actualmente, se están llevando adelante tratativas para que el grupo de trabajo pueda contar con la herramienta de CRM Sales Force, que permitirá hacer un seguimiento más exhaustivo y eficiente de cada caso.



b. La experiencia de las familias no efectivizadas

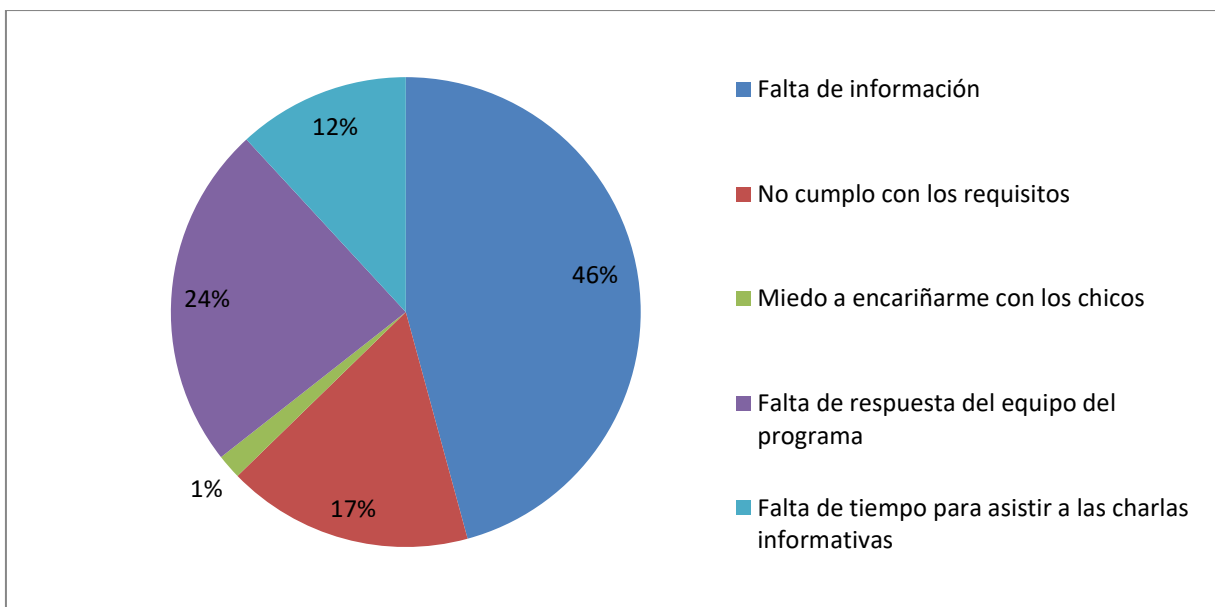
Para describir la experiencia de las familias no efectivizadas en el programa, se analizarán las respuestas recibidas a una encuesta realizada el 20 de marzo de 2018. Esta encuesta se envió por correo electrónico a un total de 366 personas que se habían inscripto en el formulario online pero, por decisión propia, no avanzaron en el proceso.

Esta fue la pieza enviada:



La encuesta fue respondida por un total de 88 personas. De ese total, 86 de ellas (97 %) respondieron que seguían interesadas en ser familias de acogimiento.

Entre las razones por las que manifestaron no haber avanzado en el proceso, estas fueron las respuestas:



Un 46 % manifestó no haber avanzado por no contar con la información suficiente y un 24 % por falta de respuesta del equipo del programa, mientras que un 17 % de las personas que respondieron la encuesta no cumplían con los requisitos para ser familias de acogimiento. Por último, un 12 % respondió no tener tiempo para asistir a las charlas informativas y solo un 1 % expresó no haber avanzado por miedo a encariñarse con los niños.

De estas respuestas, se desprende que muchos de los casos de las personas que no avanzaron en el proceso se originaron por falta de entendimiento a la hora de realizar el primer contacto con las potenciales familias de acogimiento (sumando los porcentajes de falta de información y falta de respuesta del equipo el total es un 70 %, es decir alrededor de 62 casos).

Si bien del total de familias que se acercan para participar del programa muchas de ellas son descartadas por no cumplir con los requisitos o por no superar las evaluaciones (ver parte III d.), estos números demuestran que también existen muchas oportunidades que se están desaprovechando por desajustes en el procedimiento que se está implementando para contactarse con las potenciales familias.

La encuesta también incluyó un espacio de respuestas libres para dejar algún comentario o sugerencia. Algunas de las respuestas más destacadas fueron las siguientes:

“Me gustaría recibir información por teléfono”

“Poder tener una entrevista”

“Si puedo recibir más información, gracias!”

“Nueva fecha de reunión para información”

“Estaría bueno saber en promedio cuánto tiempo dura un acogimiento, la edad de los niños, niñas y adolescentes que pasan por el programa, etc. Gracias!”

“Me gustaría poder compartir experiencias mientras llega mi tiempo de estar preparada”

“Me gustaría informarme más del tema. Para hacerlo con seguridad”

“Deseo saber si hay algún límite de edad para inscribirse en el programa”

“Que por favor hubiera un contacto más personalizado para tomar conocimiento del programa, el día de la reunión yo no pude asistir y tampoco sabía como o donde dirigirme para mayor información. Gracias”

“Si alguna persona no responde por mail, estaría bueno contactarlo por tel”

“Mejorar la comunicación”

“Si! Mi única duda para todo es qué pasa si surge algún viaje en familia c mis hijos. Si de tener algún chico en casa podemos llevarlo con tranquilidad o eso sería un problema? Nos gusta mucho como familia viajar x donde sea y en la oportunidad que tengamos según el colegio. Solo esa es mi duda”

“Me operaron en febrero, solo enviaron una fecha de charlas”

“Me gustaría que informaran mas sobre los requisitos para ser familia de acogida, si incluye a familia monoparentales también. Gracias.”

“Me gustaría recibir información. Gracias”

“Elegí la última opción porque no puedo asistir a las reuniones en los horarios que me habían enviado, pero sí me gustaría poder asistir y participar del programa.”

“Sí, estoy muy interesada de formar parte de su equipo el único inconveniente es los horarios de las consultas, muchas gracia por seguir considerándome.”

“Quisiera conocer las fechas de las reuniones”

“Sí, primero que me aclaren el programa de acogimiento”

“Podrán enviarme los requisitos para ser familia de acogimientos?”

“No, ya que aún no tuve contacto con ustedes y me gustaría poder participar de alguna reunión informativa. GRACIAS!!!”

Estas respuestas revelan algunas cuestiones importantes con respecto a la comunicación y a la etapa inicial del proceso:

Muchas de las personas que se inscriben para participar del programa o no están leyendo el primer mensaje a través de correo electrónico que envía el equipo del programa, o bien la información que reciben por este medio no es satisfactoria.

Por otra parte, tampoco existe un procedimiento establecido para volver a contactar a esas personas que no pudieron asistir al primer encuentro informativo. Si bien la asistencia a esta primera reunión es un buen indicador de la voluntad de estas familias y del tiempo disponible con el que cuentan, aspecto esencial para poder abocarse a esta tarea, conocer las razones por las cuales no pudieron asistir y volver a invitarlos para darles una nueva oportunidad no está de más, y puede contribuir a efectivizar a familias que hoy están siendo descartadas.

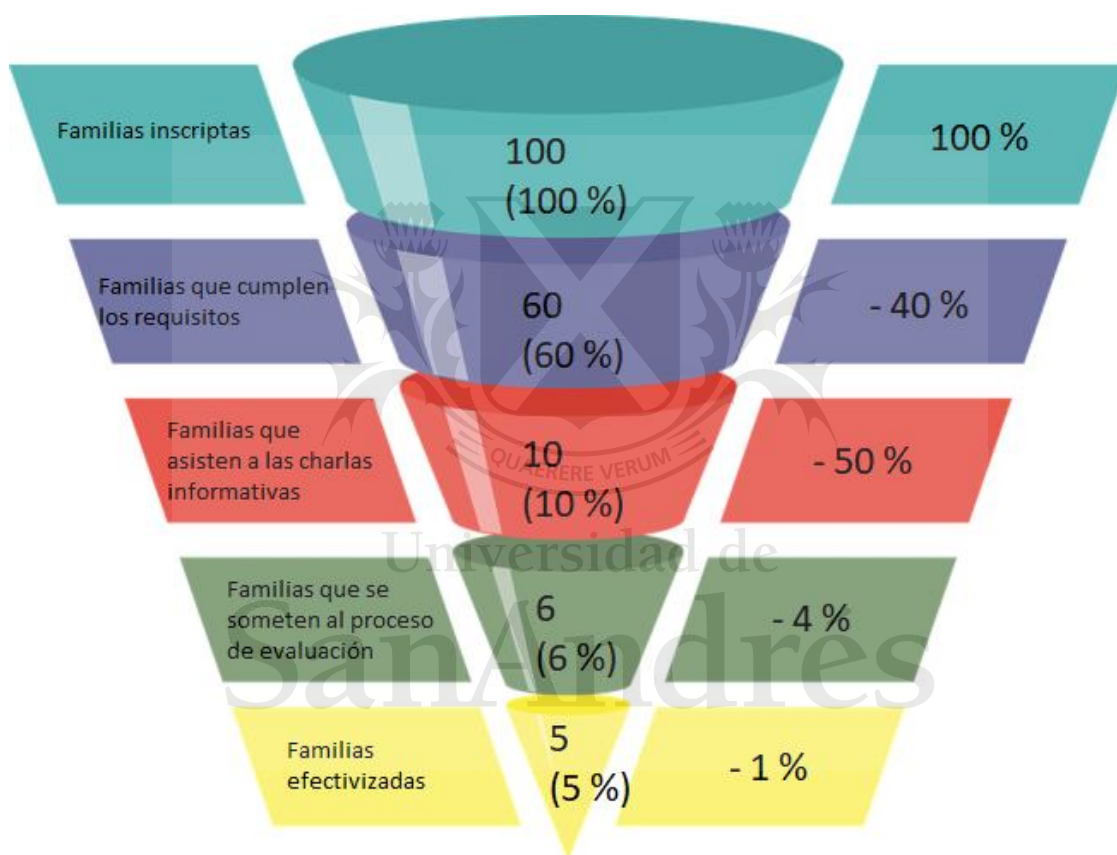


Universidad de
SanAndrés

c. Tasa de conversión y el embudo de las familias de acogimiento: nudos críticos en la captación

Al no existir un sistema de CRM que permita seguir exhaustivamente el recorrido de cada persona a través del programa, es difícil confeccionar un esquema con cifras exactas que permitan visualizar la cantidad de personas que a largo del proceso necesario para ser familia de acogimiento van quedando en el camino hasta que algunas pocas terminan efectivizándose.

Sin embargo, la experiencia del equipo del programa permite reconstruir de manera aproximada este camino:



Tasa de conversión estimada = 5 %

Observando este esquema, se pueden apreciar dos momentos críticos en el proceso de captación donde se pierden más potenciales familias:

El primero se da en el momento de la inscripción. Muchas de las familias que completan el formulario de inscripción no cumplen con los requisitos básicos para participar del programa, razón por la cual son descartadas automáticamente. Esta situación tiende a profundizarse cuando la difusión se realiza a través de medios de alcance nacional, como los diarios Clarín y

La Nación, o programas de televisión con llegada a todo el país, y se atenúa cuando se llevan adelante campañas segmentadas a través de redes sociales o correo electrónico.

Para disminuir la pérdida de potenciales familias en esta etapa, pueden desarrollarse más campañas segmentadas y acudir a medios de comunicación más locales. Sin embargo, perder espacio en medios tan importante no es conveniente, porque también empujan muchas inscripciones de personas que sí cumplen con los requisitos. Asimismo, la publicación de historias y contenidos referidos al Programa de Acogimiento Familiar en los medios más relevantes contribuye enormemente en dar a conocer la práctica y posicionarla, aspecto que a largo plazo puede ser muy beneficioso no solo para este programa de la Ciudad de Buenos Aires en particular.

El segundo momento donde se observa una enorme sangría de potenciales familias se da en la asistencia a la primera reunión informativa. Y aquí sí se pueden ajustar ciertos procedimientos que pueden marcar una diferencia importante para aumentar la eficacia de la captación.

Como se observó en el apartado anterior, muchas de las potenciales manifestaron que la información que recibieron fue escasa para seguir avanzando en el proceso. Más allá de que la charla informativa está pensada para explicar todo en detalle y despejar las dudas que se puedan tener, un llamado telefónico inicial antes del envío del correo electrónico puede ayudar de entrada a hacer más fluida la comunicación.

Es natural que las personas que se muestran interesadas en participar de esta iniciativa tengan interrogantes y miedos antes de encarar una tarea tan inmensa y llena de responsabilidad como lo es el acogimiento familiar. Por eso, cuanto más cercano y personalizado pueda ser el contacto inicial, más seguridad y confianza tendrán las potenciales familias para asistir a la primera reunión informativa y seguir avanzando en el proceso.

Por su parte, las pérdidas que se originan en el número de familias que, luego de asistir a la reunión informativa, deciden no avanzar en la evaluación y las que son descartadas en esta última etapa son mínimas, pero además, en estos casos, estamos hablando de procedimientos que es necesario mantener a rajatabla en el estado en que se encuentran hoy.

Las familias que no se sienten en condiciones, o que el equipo del programa percibe que sus características no se adaptan a esta tarea, no pueden ser forzadas a continuar el proceso. Tampoco es posible flexibilizar la etapa de evaluación, ya que este paso está pensado para garantizar la seguridad del acogimiento, tanto para los niños como para las potenciales familias. El fin de captar más familias no justifica los medios y, tratándose de una tarea con tanta implicancia psicológica y emocional, es importante cuidar a todos los actores que participan del proceso para evitar el surgimiento de daños y conflictos.

Otra alternativa para captar más familias sería posible realizando más acciones de promoción, aumentando así el número de inscripciones que se realizan. Sin embargo, hoy el equipo del

programa, con los recursos que tiene a disposición, no se encuentra en condiciones de poder recibir a más personas. Con la realización de las últimas campañas, que en promedio lograron más de 100 inscripciones, el equipo se vio sobre exigido para poder absorber el caudal de gente que se mostró interesada.



Universidad de
SanAndrés

IV. Consideraciones finales y conclusiones

Más allá de los resultados alcanzados, todo el trabajo llevado adelante durante este período analizado fue muy valioso para poder dejar de recorrer este camino a ciegas y poder proyectar el futuro del programa con información y fundamentos más sólidos.

Sin embargo, antes de continuar con estas observaciones es muy importante resaltar un aspecto que no debe ser soslayado a la hora conformar el análisis final: los recursos humanos y materiales con los que cuenta el equipo del programa para realizar su tarea siguen siendo escasos.

En primer lugar, para alcanzar los objetivos planteados y poder mejorar ciertas etapas del proceso, es esencial que el grupo de trabajo pueda sumar nuevos integrantes que le permitan poder absorber el volumen de trabajo que el programa demanda, fundamentalmente en los momentos en que se desarrollan las acciones de difusión y decenas de personas se muestran interesadas en participar.

Las acciones de difusión pueden seguir realizándose y mejorándose para lograr que cada vez más personas se acerquen a participar, pero si el equipo no se encuentra preparado para recibir a todas esas potenciales familias todos los esfuerzos serán inútiles.

En concreto, los recursos humanos disponibles actualmente están limitando las posibilidades del primer contacto con las potenciales familias de acogimiento. Un llamado telefónico a cada persona que se inscribe sería ideal, pero al no contar con la cantidad de personas necesarias para afrontar esta tarea, es inevitable que este primer contacto sea hoy un correo electrónico.

Con respecto a los recursos materiales, algo básico y elemental para que el equipo pueda trabajar en óptimas condiciones, sería lograr que cada miembro pueda contar con su propia computadora. Cada colaborador podría ganar así más tiempo, más independencia y más comodidad para cumplir con su rol asignado.

Asimismo, un sistema de CRM como Sales Force, que está en proceso de implementarse y ofrece mejores herramientas que las que puede brindar el archivo de Microsoft Excel que está siendo utilizado actualmente por el equipo, sería muy importante para estar en condiciones de hacer un seguimiento exhaustivo y personalizado de cada persona que se inscribe o mínimamente se muestra interesada en participar.

A través de este sistema, por ejemplo, podrían generarse recordatorios para que las personas que no asisten a la primera reunión informativa puedan volver a ser contactadas en determinado período de tiempo. Lo mismo puede realizarse con aquellas potenciales familias que manifiestan estar dispuestas a participar del programa en un futuro.

Es muy difícil hacer futurología y determinar con exactitud cuánto podría mejorar la tasa de conversión actual a través de estos nuevos procedimientos planteados, pero sabiendo que, en

general, estas tasas para las iniciativas de acogimiento familiar son bajas, una mejora mínima del 3 % en esta tasa, que signifique la efectivización de unas pocas familias más, ya sería un logro muy importante.

Una de las cuestiones más importantes que surgieron a partir de todo el trabajo realizado durante 2017 y 2018 es que el acogimiento familiar, como práctica en general, es algo desconocido por gran parte de la población y que requiere ser mejor explicado.

Las campañas realizadas y las acciones en medios de comunicación se han enfocado básicamente en un solo objetivo: captar familias. Sin embargo, no se han centrado en explicar en profundidad todos los aspectos del acogimiento familiar y el público parece estar necesitando más información para comprender verdaderamente en qué consiste la práctica.

Por eso, para que la práctica del acogimiento familiar pueda seguir creciendo y establecerse es muy importante empezar a construir una marca, encarando campañas de posicionamiento que muestren con datos duros en los beneficios para los niños, que dejen bien en claro que esta práctica es considerada a nivel mundial como la mejor alternativa para los chicos que no pueden estar con sus familias o esperan una adopción, o que presenten el éxito de la implementación de esta iniciativa en otros países del mundo, entre muchos otros mensajes que pueden pensarse.

No se pretende que estas acciones consigan convertir al acogimiento familiar en una práctica de alcance masivo. Ser una familia de acogimiento es algo para lo que pocos están preparados y la cantidad de personas que participen siempre serán unas pocas. Lo que se busca es lograr que el acogimiento familiar sea conocido de manera tal que en un futuro ninguna de las familias con las ganas y el potencial para participar se quede afuera por desconocer la existencia de esta iniciativa.

Es imposible precisar la cantidad de potenciales familias que hoy están siendo desaprovechadas por este motivo, pero todo el recorrido hecho por el Programa de Acogimiento Familiar durante este tiempo analizado demostró que las familias están y que hay que salir a buscarlas.

Por eso, mantener continuidad en la ejecución de acciones de difusión es clave. Puede que hoy se esté despertando el interés de muchas potenciales familias que todavía no están en condiciones o sienten que no es el momento indicado de participar. Pero, en un futuro, es posible que las circunstancias cambien y estas familias sí estén en condiciones de participar. Por eso, es clave seguir comunicando y estando ahí para que, en ese momento, se acerquen al programa.

Tampoco es el objetivo que las campañas de posicionamiento desplacen definitivamente a las acciones de captación, que han demostrado ser efectivas y válidas para obtener resultados. Estas dos formas de comunicar deben coexistir y estar en armonía para, por un lado, ir

instalando la práctica en la sociedad pensando más en el largo plazo y, por el otro, seguir consiguiendo que más familias se acerquen a participar en el corto.

Es probable que las acciones de posicionamiento no logren resultados tan inmediatos como lo puede conseguir una campaña de captación más agresiva, pero a largo plazo, teniendo en cuenta que tomar la decisión para involucrarse en una experiencia así es un proceso de reflexión que toma su tiempo, estos esfuerzos pueden generar un impacto enorme.

Hablar de largo plazo y continuidad también supone un gran acuerdo de la dirigencia política en su totalidad. Para obtener resultados, el acogimiento familiar debe ser considerado como una política pública de Estado. Si el poder de turno cambia de manos y los nuevos actores deciden no dar continuidad al trabajo realizado, todo el esfuerzo y los logros pueden desaparecer en un instante.



Universidad de
San Andrés

Bibliografía

Cuenca Lamoncha, R. (2002). *200 preguntas sobre el acogimiento familiar*. Valencia: Asociación de Voluntarios de Acogimiento Familiar.

Díaz Tártalo, T. (2009). *Esta es tu casa. La aventura del acogimiento familiar*. Madrid: Ediciones Encuentro.

Morell Parera, J.M., Rodríguez Muñoz, M. de la F. y Sierra García, P. (2014). *Acogimiento familiar. Manual práctico*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Luna, M. (2001). *Acogimiento familiar. Respuesta social y de Estado en el cuidado de la infancia*. Buenos Aires: Lumen.

Luna, M. (2009). *Una mirada latinoamericana al acogimiento familiar*. Buenos Aires: Lumen.

Otras fuentes consultadas

Acogimiento Familiar. (5 de febrero de 2017). Consultado el 21 de marzo de 2018 en el sitio web del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: <http://www.buenosaires.gob.ar/desarrollohumanoyhabitat/ninezyadolescencia/acogimiento/programa-acogimiento-familiar>

Bravo, A., Fernández Del Valle, J. & López, M. (Septiembre de 2010). Estrategias para la captación de familias acogedoras. *Papeles del Psicólogo*, 5 (3). Consultado el 27 de marzo de 2018 en https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Del_Valle3/publication/47512854_Estrategias_para_la_captacion_de_familias_acogedoras/links/0fcfd50b2045e653e7000000.pdf

Galinsky, P. (10 de septiembre de 2018). Sólo 14 familias en la Ciudad se ofrecen a cuidar a los bebés que esperan ser adoptados. *Diario Clarín*, p. 26-27.

Lomazzi, C. (2017). *El rol de las familias de acogimiento: "Por seis meses ellos son nuestros hijos"*. Consultado el 20 de mayo de 2018 en <https://www.infobae.com/tendencias/2017/11/02/el-rol-de-las-familias-de-acogimiento-por-seis-meses-ellos-son-nuestros-hijos/>

Palmeiro, N. (Productora) & Núñez, J. (Director). (12 de abril de 2018). *Pamela a la Tarde* [Programa de TV]. Buenos Aires: América TV.

Publicación en Instagram. (5 de febrero de 2018). Consultado el 4 de agosto de 2018 en la cuenta de Instagram de Horacio Rodríguez Larreta: <https://www.instagram.com/p/Be1E9P3BZCJ/>

Publicación en Twitter. (2 de noviembre de 2017). Consultado el 4 de agosto de 2018 en la cuenta de Twitter de Horacio Rodríguez Larreta: <https://twitter.com/horaciorlarreta/status/926171196374376450>

Sibona, Y. (2018). *Transifamilia: Amar a un hijo como si fuera propio mientras espera por sus papás*. Consultado el 28 de agosto de 2018 en https://tn.com.ar/sociedad/familia-de-acogimiento-amar-alguien-que-espera-por-sus-papas_860518

Suárez, C. (20 de noviembre de 2017). Convocan a 240 familias que quieran cuidar a bebés que viven en hogares. *Diario La Nación*, p. 18.

Un gesto de amor que cambia vidas. (28 de junio de 2017). Consultado el 14 de abril de 2018 en la página de Facebook del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: <https://www.facebook.com/GCBA/videos/10212848097375602/>

Un gesto de amor que cambia vidas. (11 de julio de 2017). Consultado el 14 de abril de 2018 en la página de Facebook del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: <https://www.facebook.com/GCBA/videos/10154866915948613/>