



Jesús Joven



## EL IMPULSO DE LA COMUNICACIÓN EN LOS CENTROS DE FUHEM

*Intercentros (CEM Hipatia, Colegio Lourdes y Colegio Montserrat)*



## JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto dio respuesta a una necesidad clara de mostrar el trabajo que realizamos en nuestras comunidades educativas, así como de conectarnos con instituciones, organizaciones, grupos educativos, etc., que eran referentes para nosotros y nosotras. Había también una necesidad de atender y dar respuesta a nuestra audiencia: las personas que componen la comunidad educativa de cada colegio querían conocer el trabajo que se estaba realizando. Por este motivo, decidimos trabajar en común los tres colegios y el área de comunicación de FUHEM, intercambiando nuestras experiencias, pautas, objetivos... para que el trabajo estuviese más coordinado y siguiese directrices comunes. No olvidemos que la apertura de los colegios a través de las redes había sido una labor individual y relativamente reciente, por lo que hacía falta ese espacio para comunicarnos también entre nosotros y nosotras.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Sensibilizar a los equipos directivos, docentes, y en algunos casos al PAS, de la importancia de cuidar los aspectos relacionados con la comunicación en todos los centros.
- Adoptar pautas y procedimientos comunes en las prácticas comunicativas entre todos los centros, apoyándose en las directrices dadas por el equipo de comunicación.
- Crear equipos de comunicación en todos los centros que abordasen de manera más cuidada y profesional los medios que se utilizan para comunicar en nuestros colegios.

## POBLACIÓN DESTINATARIA

Toda la comunidad educativa.

## PARTICIPANTES

- Coordinación: Jesús Joven.
- CEM Hipatia: Alberto Martín y Gustavo Sáez.
- Colegio Lourdes: Ignacio Bejarano y Santiago Medina.
- Colegio Montserrat: Francisco Bolívar y Amelia Pérez.

- Área de Comunicación FUHEM: Javier Martín.
- Colaboraciones externas: Lola Delgado.

## DESARROLLO

### **Compartir las estructuras de comunicación existentes en cada uno de los centros.**

El objetivo de esta actividad fue conocer las diferentes formas de funcionar y los canales de comunicación que se utilizaban en cada uno de los colegios, así como aportar y sugerir otras formas de comunicar u otros canales que eran utilizados en otros centros. Así, pudimos conocer el funcionamiento en temas de comunicación de los colegios y las ventajas y desventajas que cada uno de ellos tenía. Se compartieron las estructuras organizativas de los centros con las personas que las componían y los diferentes modos de abordar la información por cada una de ellas.

### **Compartir la información que se genera en cada centro y dotar de pautas para su utilización.**

La creación de un grupo común para intercambiar y compartir la información fue muy útil para conocer qué tipo de información se recogía en las redes de los colegios, con qué fin y qué enfoque se le daba. Los colegios generan una cantidad enorme de información que debe ser priorizada y comunicada de forma adecuada si queremos que llegue a su destino y que cause el efecto que se pretende con ella. Se pudo tener una visión global de todo lo que se estaba haciendo y también de la manera de trabajar las noticias en cada uno de los colegios.

### **Establecer procedimientos comunes en el tratamiento de la información para cada colegio.**

Fue importante distinguir entre la comunicación interna, que se genera para cada difundir a través de canales propios (principalmente entre las familias), de la comunidad educativa de cada colegio y la comunicación externa, aquella que trasciende los límites del colegio y que va dirigida a un amplio espectro de población que no necesariamente está vinculada con la comunidad escolar del centro. Se elaboraron unas plantillas para la comunicación interna que permitían dar un enfoque similar en cada centro y que aportaban más claridad en una comunicación muy abundante, tanto por su frecuencia como por su volumen.

## **Generar contenidos comunes que permitan dar un enfoque diferenciado a nuestras redes.**

Se tomó conciencia de la necesidad de incorporar otra información que pudiera resultar relevante para la población que consulta y sigue nuestras redes. Información relacionada con la educación en sentido amplio (temas de debate o actualidad, reflexiones que invitar a pensar sobre algunos aspectos educativos...), temas que formasen a las familias y diesen pautas para abordar situaciones relacionadas con la educación de sus hijos e hijas, consejos y pautas para las familias y alumnado sobre el buen uso de las redes sociales (se ha elaborado un decálogo sobre el tema), etc. Se pautó la frecuencia que este contenido complementario debía tener en las redes de los colegios.

## **Crear o recuperar canales comunes de comunicación.**

Después de un tiempo inactiva se recuperó la cuenta relacionada con el proyecto “El Uso Positivo de las Redes Sociales en el entorno escolar” (FuhemClick), activando de nuevo una iniciativa de comunicación, así como de formación, que tuvo tan buena acogida.

## **Formar a los responsables de la comunicación en los colegios.**

El Área de Comunicación de FUHEM organizó un curso de comunicación: “Líneas y acciones para mejorar la comunicación de los centros escolares de FUHEM. Una visión estratégica de la comunicación”. En él se abordaron diferentes aspectos relacionados con este tema y donde se transmitieron pautas comunes para el tratamiento de la información desde una perspectiva más institucional. Un curso con sesiones muy interesantes que era necesario para unificar criterios, establecer pautas comunes y, sobre todo, cuidar la imagen corporativa.

## **Crear ámbitos diferenciados para compartir la comunicación entre todos los miembros del proyecto y de FUHEM.**

La creación de grupos diferenciados ha permitido un conocimiento más claro de las actividades realizadas, así como un tratamiento más específico. El grupo del proyecto desaparece con su finalización. El resto queda a cargo del equipo de comunicación, que seguirá potenciándolos a lo largo del tiempo.

## Potenciar las publicaciones digitales en los centros.

Los miembros del colegio Montserrat dedicaron un taller a explicar al resto de equipos de los otros centros cómo es la elaboración de un Boletín Digital con diferentes plantillas y formatos. Fue una actividad muy interesante que aportó ideas y animó a que el resto de los colegios fueran adoptando el soporte digital en sus publicaciones.

### VALORACIÓN DE LOGROS Y POSIBILIDADES FUTURAS

La comunicación a través de los nuevos soportes digitales tiene sus propias reglas, por lo que era necesario conocer sus particularidades y diferencias respecto a otras formas de comunicación más tradicionales y menos amplias.

Tal es el volumen de información que circula en este momento que es imposible poder abarcarlo y, en nuestro caso, corríamos el riesgo de ser irrelevantes frente al enorme flujo informativo de internet. De ahí que uno de los objetivos conseguidos por el proyecto fuese el de **ganar presencia y visibilidad en internet**. Todo ello a través de informaciones claras, que nuestra audiencia descodificase qué mensajes queríamos transmitir de la manera que deseábamos, y donde apareciesen fielmente reflejados nuestros valores, nuestro proyecto educativo, nuestra manera de entender la educación. También que mostraran lo que hacemos, ese producto que nos caracteriza y distingue nuestro modelo educativo.

El proyecto de comunicación ha ofrecido la posibilidad de mostrar un trabajo cargado de valores del que tenemos gran convencimiento. Para ello, ha sido muy importante la colaboración con el Área de Comunicación con quienes realizamos el curso de formación mencionado, y al que asistieron los equipos de comunicación de los centros Hipatia, Lourdes y Montserrat, y en quienes compartimos el objetivo de transmitir no solo actividades o eventos, sino comunicar ideas, sentimientos y nuestros propios valores.

Aunque en el día a día de los colegios todas las personas que estamos en ellos estamos comunicando, el proyecto permitió crear equipos de comunicación estables, identificados con esta función, con pautas comunes que permitiesen dar una imagen y un mensaje coherente en cada uno de ellos y entre sí como miembros de

una comunidad más amplia como es la de FUHEM. Las personas que componen estos equipos han sido las figuras que, junto con el equipo de comunicación de FUHEM, han definido los mensajes, la estrategia global y el tono de lo que se quería transmitir. Debemos reconocerles su capacidad creativa y de coordinación.

El proyecto en el que hemos participado ha permitido que la comunicación fuese más efectiva, el mensaje más claro y el resultado más concreto en cada una de las redes en las que están presentes los colegios. Han sido capaces de que cada tuit y cada "copy" nos definiese y formase parte de una estrategia más amplia de comunicación que asegurase llegar y transmitir a quienes y lo que realmente queríamos comunicar.

Uno de los pasos más importantes dados por el proyecto ha sido el de la creación de un "lenguaje" común de imágenes donde se utilizasen los colores y el logo corporativo de forma correcta y de un "banco" de imágenes comunes para cada uno de los mensajes que queríamos transmitir. Se ha conseguido así algo tan importante como es unificar el lenguaje. Por tanto, la comunicación es no solo común, sino también más efectiva en cada uno de los centros. Nuestras páginas web han sido un ejemplo claro de este enriquecimiento, donde se ha puesto de manifiesto un estilo general común de diseño. Las composiciones de diseño han determinado el mensaje haciéndolo más efectivo.

El proyecto de comunicación intercentros ha hecho posible también tomar conciencia de la importancia de desarrollar una estrategia de comunicación en las redes. Instagram, Twitter o Facebook se han convertido en las ventanas por las que asomarse a nuestros colegios y también de interacción con personas que están fuera de nuestra comunidad educativa. Con el proyecto y con la iniciativa de formación desarrollada se ha mejorado el mensaje y la imagen transmitida con mensajes más claros y atractivos.

También hemos puesto el foco en la comunicación interna a través de los textos escritos, circulares, dirigidos a las familias y al profesorado. Hemos creado plantillas de comunicación para transmitir nuestros mensajes y también hemos impreso coherencia interna con los que estábamos transmitiendo al exterior.

Con este proyecto se ha impulsado un ámbito estratégico de nuestra actividad que no acaba con la finalización del proyecto. La comunicación se ha convertido hoy en día en un elemento imprescindible para cualquier marca a través de la que debemos transmitir sin fisuras aquello que decimos ser. Pero esto solo ha sido un

paso, la realidad va muy deprisa y seguramente sea necesario ir cambiando o actualizando nuevamente las estrategias de comunicación. Será muy importante que esta iniciativa continúe en un futuro inmediato y que la comunicación de nuestros colegios siga avanzando.

