



Red de Centros de la Institución Teresiana

#RedCentrosIT

@RedCentrosIT

PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA RED DE CENTROS EDUCATIVOS DE LA INSTITUCIÓN TERESIANA EN ESPAÑA

INTRODUCCIÓN

En estos últimos dos años venimos haciendo un gran esfuerzo por cuidar nuestra presencia en el espacio virtual; por definir con más claridad qué queremos decir y cómo queremos hacerlo para visibilizar más y mejor lo que somos y hacemos; de crear red entre los centros, con las diferentes comunidades educativas y con la Institución Teresiana.

Para seguir facilitando este camino hemos elaborado este Plan de Comunicación que pretende ser un documento ágil, claro y sencillo de referencia para la elaboración de los Planes que a nivel de centro concretéis.

LOS PRIMEROS QUE COMUNICAMOS SOMOS NOSOTROS en todo lo que somos y vivimos. Y con nosotros, la Institución Teresiana a la que representamos.

Pedro Poveda, era un comunicador insistente. El boletín de las Academias, que él mismo puso en marcha, lo consideraba un medio de comunicación interna y un instrumento eficaz para transmitir al mundo educativo las orientaciones pedagógicas de la Institución Teresiana en diferentes espacios y a públicos diversos.

Sigamos hoy dando continuidad a ese deseo de Poveda de entender la comunicación como un medio esencial no sólo para llevar a cabo el proceso formativo, sino para construir el sentimiento de pertenencia a un grupo humano, en su caso a la Obra de las Academias, en nuestro hoy, la Red de Centros educativos de la Institución Teresiana.

OBJETIVOS

1. Estructurar y organizar la información de la Red de Centros para fortalecer el sentido de pertenencia, el impulso a los centros y la creación de sinergias
2. Ofrecernos un marco común para impulsar el Plan de comunicación de cada uno de los centros de la Red
3. Mejorar nuestra visibilidad como centros, como red y como familia IT

DESTINATARIOS

Sabiendo que nuestras comunicaciones, especialmente aquellas que realizamos en las RRSS, tienen un amplio alcance indirecto, es importante definir el público objetivo al que de manera directa y específica nos vamos a dirigir.

A nivel de Red de Centros el público objetivo es:

1. Comunidades educativas de nuestros centros
2. Entidades con las que colabora
3. Iglesia
4. Institución Teresiana
5. Sociedad civil, medios de comunicación, editoriales, sociedad, organismos públicos

A nivel de centro el público objetivo es:

1. Familias actuales y potenciales
2. Personal del centro
3. Alumnado y antiguos alumnos
4. Agentes locales: medios de comunicación, editoriales, sociedad, organismos públicos
5. Red de Centros - Institución Teresiana

ACCIONES DEFINIDAS

1. Ofrecernos un marco común para impulsar el Plan de comunicación de cada uno de los centros de la Red

1.1. Perfil del responsable de comunicación de los centros IT.

Estas personas deben tener un perfil multidisciplinar y si es posible, con formación en la materia.

Es importante que se les facilite una formación actualizada y cuenten con liberación de tiempo semanal para esta tarea y que la comunicación del centro no recaiga únicamente en una sola persona. A modo orientativo: 1,30h (centro de una línea); 3h (centro de dos líneas); 4h (centro de tres líneas) semanales como mínimo (dependerá del equipo de comunicación y distribución de tareas, así como de las RRSS con las que cuente y publicaciones semanales que se realicen).

Debe tener un doble perfil y ajustarse a unas determinadas características:

Perfil humano:

- Identificado con el ideario del centro y con el proyecto educativo
- Con sentido común, prudente, equilibrado y conciliador
- Discreto
- Con capacidad de liderar y trabajar en equipo
- Buen gestor y eficaz
- Con iniciativa, creatividad y buenas ideas
- Con ganas de llegar y emocionar a la comunidad educativa
- Buen dinamizador
- Tranquilo y con tolerancia ante situaciones de estrés
- Con flexibilidad y disponibilidad

Perfil técnico:

- Buen comunicador
- Buen manejo del lenguaje oral y escrito, así como gran conocedor de las reglas ortográficas y gramaticales
- Con conocimientos en comunicación y marketing
- Que sepa transmitir la información de manera sencilla, rápida y comprensible para todos
- Con contactos en diferentes medios de comunicación
- Con dominio de la lengua de su comunidad si es el caso y el inglés
- Con conocimientos amplios de la misión, visión y valores del centro y del mundo educativo
- Competente en el manejo de distintas herramientas de vídeo, fotografía, redes sociales y análisis web
- Con presencia en redes sociales y con capacidad de generar contenido de calidad para las mismas

- Conocedor del marco normativo en cuanto a protección de datos, correo electrónico y sociedad de la información

Los encargados de comunicación de los centros se responsabilizarían de cumplir con varias funciones principales y específicas

Principales:

- Poner en marcha la política comunicativa ayudado por un equipo
- Establecer un plan o estrategia de comunicación adecuado a su contexto
- Asumir la responsabilidad de la imagen y la reputación corporativas

Específicas:

- Conocer, unificar y coordinar los mensajes del centro
- Elaborar materiales y contenidos propios para difundir la imagen del centro
- Apoyar al Equipo Directivo en la creación, difusión y mejora de eventos
- Gestionar las distintas redes sociales del centro, manteniéndolas actualizadas y respondiendo a los mensajes, comentarios o valoraciones que aparezcan
- Aumentar la visibilidad del centro, de la Red de Centros y de la Institución Teresiana en redes sociales y en otros medios de comunicación
- Analizar y evaluar el impacto y la presencia del centro en Internet y en los medios de comunicación
- Ser diligente en la aplicación del marco normativo relativo a protección de datos en la comunicación a través de redes sociales o medios de comunicación
- Coordinarse con el Equipo directivo del centro y el equipo de comunicación de la Red de Centros para el seguimiento y puesta en marcha del protocolo de comunicación en casos de crisis

1.2. Equipo de Comunicación del Centro

En la medida de las posibilidades es conveniente que el centro cuente con un equipo de comunicación (principalmente en los centros de 2 y 3 líneas), coordinado por el responsable de la misma.

Funciones del equipo:

1. Colaborar e implementar en el Centro la Política de Comunicación de la Red de Centros de la Institución Teresiana
2. Revisar, actualizar e impulsar el Plan de Comunicación del Centro y las acciones en él propuestas
3. Velar por la coherencia de las acciones de comunicación y por la imagen corporativa del Centro
4. Elaborar/Revisar los materiales para dar a conocer la propuesta educativa del Centro
5. Aumentar la visibilidad del Centro a través de las RRSS, página web, medios de comunicación etc.
6. Definir y programar acciones de marketing (especialmente en las etapas de escolarización)
7. Apoyar/asesorar al equipo directivo en las acciones de comunicación
8. Analizar y evaluar periódicamente el impacto de la comunicación
9. Realizar una escucha activa (monitorización) de lo que sucede en las RRSS (creando “alertas” ...)
10. Velar por el cumplimiento del marco normativo relativo a protección de datos en la comunicación a través de redes sociales o medios de comunicación

Este equipo debe contar con tiempos periódicos para su tarea.

1.3. Criterios comunes que deben estar presentes en las comunicaciones de los centros IT.

Sería conveniente que todas las comunicaciones de los centros de la Institución Teresiana tuvieran unos criterios comunes que potencien nuestra identidad y nuestro trabajo en red. Los criterios mínimos para considerar serían los siguientes:

Logo:

En todas las publicaciones externas debe aparecer el logo de la Red de Centros y el logo del colegio. Utilizar los logos oficiales, evitando ediciones o cambios posteriores.

Redes Sociales:

- Todas las publicaciones que se hagan en las diferentes redes deben ir acompañadas del hashtag propio del colegio y de alguno más (dos o tres máximo) si se considera necesario y oportuno.

- La mención de @RedCentrosIT sólo aparecerá en las acciones que se realizan en todos los colegios de la Red de Centros y en aquellas que se consideren que tengan una repercusión mayor, que aporten riqueza al conjunto y al lema del curso.
- El hastag #RedCentrosIT y el hastag del lema de cada curso (Ejemplo: #felicessereis) se mantendrán tal y como los indicamos desde la Red para que puedan cumplir su fin. El hastag usado debe ser el mismo en todos los centros. Aparecerán en todas las publicaciones, excepto en las que fueran de ámbito local (relativas a comedor, extraescolares...).
- El equipo de comunicación de la Red enviará por el medio acordado las indicaciones y los acuerdos comunes para todos los centros entre el mes de julio y septiembre. Estas indicaciones y acuerdos afectarán a publicaciones conjuntas (lanzamiento del lema, campañas, eventos, celebraciones, etc.) de todos los centros para resaltar determinadas fechas o momentos, así como para hacerse eco de acontecimientos importantes a nivel de Red.
- Es necesario cumplir con unos criterios comunes en todas nuestras publicaciones:
 - Ser amable. Si se puede, redactar mensajes que muestren nuestro rostro más humano
 - Ser preciso. Intentar evitar el uso de palabras vagas o genéricas, y de tecnicismos
 - Pensar en los destinatarios. Mensajes claros, recordables, sencillos, y adaptados al mismo
 - No es necesario publicar todo: publicar con criterio qué queremos comunicar y a quién
 - Ofrecer información positiva
 - Textos breves y claros. Habla de tú a tú. Emplea un lenguaje coloquial, directo y visual
 - Utilizar genéricos para asegurar un lenguaje inclusivo
 - Corrección gramatical y ortográfica
 - Evitar las subordinadas. Escribir con frases simples, breves y precisas, de menos de 32 palabras.
 - Utilizar nexos. Relacionar las oraciones y los párrafos para evitar interrupciones bruscas entre una idea y la siguiente
 - Usas verbos de acción, en lugar de verbos pasivos
 - Acompañar las siglas de su traducción
 - Asegurar una publicación semanal en línea de identidad
 - Cuidado de las imágenes: de calidad y sugerentes
 - Un máximo de 4 fotos por publicación
 - Cuidar la edición de los vídeos
 - Cuidar el uso de emoticonos; máximo de uno por publicación y que tenga relación con el contenido aportado

- Cada cierto tiempo hacer publicaciones cruzadas. Compartir publicaciones de la Red de Centros y de otros centros de la misma
- Generar tráfico hacia la web del centro o de la Red de Centros insertando enlaces en las publicaciones
- Revisar. Volver a leer siempre lo que se ha escrito antes de publicar

1.4. Gestión de la información a nivel de centro.

El responsable de comunicación, apoyado por el Equipo Directivo, definirá el protocolo de gestión de la información de cada centro.

Es importante invitar a todo el personal del centro a que, en la medida de lo posible, siga las propias redes del centro y se convierta en factor multiplicador que aumente el alcance de las publicaciones. Comunicar en un claustro en qué redes está el centro, animando a la participación y a que las sigan.

El equipo de comunicación de la Red de Centros estará a disposición de cada equipo de comunicación de los centros para acompañar, asesorar, orientar y ayudar en todo lo que sea posible.

Se considera interesante y enriquecedor crear un mapa interactivo en el que figuren todos los colegios de la Red de Centros para publicarlo en la web de cada centro educativo.

1.5. Oportunidades para dar información.

Son muchas las ocasiones en las que podemos informar y realizar publicaciones en las redes sociales y en otros medios. Aquí os recordamos algunas de ellas:

- Organización de actos
- Declaraciones o noticias positivas
- Obtención de reconocimientos, nominaciones o premios
- Formación del profesorado
- Aspectos sociales, participación u organización de actos benéficos y solidarios
- Innovaciones pedagógicas
- Felicitaciones, agradecimientos y aniversarios
- Participación u organización en actos deportivos

- Mejoras técnicas, arquitectónicas, de calidad o de organización en el servicio
- Visitas de personas de prestigio
- Ayudas, firma de convenios de colaboración y alianzas estratégicas
- Proyectos en los que está inmerso tu centro
- Obtención de certificados de calidad
- Fechas señaladas en el calendario escolar; actividades diarias diferentes y atractivas; excursiones; fiestas locales
- Jornadas de puertas abiertas, eventos para las familias
- Tendencias
- Celebraciones religiosas y tiempos litúrgicos
- Contenidos de valor añadido

2. Estructurar y organizar la información de la Red de Centros para fortalecer el sentido de pertenencia, el impulso a los centros y la creación de sinergias

Programación anual a nivel de Red¹

Mes	Evento/Actividad a comunicar	Público objetivo	Objetivo primario	Objetivo específico	Medio de difusión
SEPTIEMBRE	Presentación del Lema/Eje del curso	Centros de la Red Trabajadores IT España	Información, identidad, pertenencia	Dar a conocer el lema, los objetivos generales y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS/Video/Infografía/Página web
	Red interna Institución Teresiana	Centros de la Red Trabajadores	Información, identidad, pertenencia	Informar y dar a conocer la realidad de la IT (proyectos, entidades, diversidad de presencias, revistas...)	Infografía anual
	Planificación anual de la Red de Centros y propuestas para el curso desde la IT (formación, encuentros...)	Centros de la Red Trabajadores IT España	Información, identidad, pertenencia	Informar y ofrecer un marco de formación a trabajadores de los centros de la Red.	Correo electrónico Infografías/Circular RRSS
	Mapa de los centros	IT Comunidad Educativa	Información, fidelización, pertenencia, captación	Dar a conocer los diferentes centros de la Red y mejorar el sentimiento de pertenencia.	RRSS y Página web Folleto
	Carta de inicio de curso	Comunidad Educativa	Identidad y pertenencia	Acercar la presencia de la Red de Centros y de la IT a la Comunidad Educativa de cada centro.	Correo electrónico Circular Página web
OCTUBRE	Desarrollo del hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Fechas significativas del mes: Día y figura de Santa Teresa; Josefa Segovia; Pobreza 0	Comunidad Educativa IT Instituciones	Identidad y pertenencia	Dar a conocer los aspectos fundamentales de su vida y por qué se tomó como referencia durante la fundación de la IT. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
	InteRed: Información sobre sus proyectos y propuesta didáctica	Comunidad educativa	Información, pertenencia	Dar visibilidad y fomentar la cooperación y la colaboración con los proyectos de la ONGD y animar a la participación en sus propuestas educativas.	RRSS
NOVIEMBRE	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Fechas significativas del mes: Victoria Díez; Día internacional de la eliminación de la violencia	Comunidad Educativa IT Instituciones	Identidad y pertenencia	Dar a conocer los aspectos fundamentales de su vida y por qué se tomó como referencia durante la fundación de la IT. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
	Familias y AMPA: en los centros, en la Red y en la IT	Comunidad Educativa	Fidelización, pertenencia	Potenciar las relaciones con las familias y dar a conocer su papel en los centros de la Red y en la IT.	RRSS

¹ Cada centro incorporará sus fechas específicas cuidando e identificando a qué público objetivo quiere llegar en cada momento; A nivel de Red, no incluimos de momento la página web a la espera de hacer a posteriori las modificaciones oportunas

	Proyectos de internacionalización, intercambios, Erasmus+	Comunidad educativa (familias potenciales de los centros) IT/Instituciones	Información, fidelización, captación	Resaltar el compromiso y la apuesta de la Red de Centros y de la IT por la internacionalización. Dar visibilidad a las iniciativas internacionales que propone o en las que participa la Red de Centros, así como en las que participan o encabezan los centros de la Red.	RRSS
DICIEMBRE	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa IT	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Fechas significativas: Pedro Poveda; Derechos Humanos; Día internacional del migrante	Comunidad Educativa IT Instituciones	Identidad, información, pertenencia	Dar a conocer los aspectos fundamentales de su vida y la importancia de su figura y pensamiento en nuestro día a día como Institución y como Red de centros educativos. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
	Comprometidos con nuestra realidad: Solidaridad; Campaña de Navidad	Comunidad Educativa	Información, fidelización, formar comunidad	Difundir y fomentar la colaboración con los proyectos solidarios en los que participan la Red de Centros y la IT o iniciativas que proponen; así como apoyar proyectos importantes de los centros de la Red.	RRSS
	Adviento/Navidad	Centros de la Red Comunidad Educativa	Información, fidelización, formar comunidad	Resaltar la importancia de estas fechas para reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
ENERO	Hilo conductor del lema Carta del año de la Directora General de la IT	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso Identidad, pertenencia	Enfatizar en las distintas dimensiones del lema; unimos al subrayado de identidad del año propuesto para toda la Institución Teresiana	Correo electrónico Infografías/Circular RRSS
	Qué hacemos y cómo lo hacemos: Metodologías y proyectos innovadores en los que participamos: bilingüismo, ABP, ApS, nuevas tecnologías, ciudadanía digital, etc.	Comunidad Educativa (familias potenciales de los centros) IT	Información, fidelización, captación	Resaltar el compromiso y la apuesta de la Red de Centros y de la IT por la innovación metodológica. Dar visibilidad a las iniciativas metodológicas o proyectos innovadores en las que participan o encabezan los centros de la Red.	RRSS
	Aprobación pontificia de la IT; Día de la Paz	Comunidad Educativa Centros de la Red IT	Fidelización, formar comunidad	Difundir y fomentar la colaboración con los proyectos o iniciativas en los que participan la Red de Centros o la IT; así como apoyar proyectos importantes de los centros de la Red. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS

	Jornada de Puertas Abiertas (si procede por fecha)	Familias potenciales Antiguo Alumnado	Captación	Fomentar la asistencia de las familias potenciales dando visibilidad y apoyando las jornadas de puertas abiertas de los centros de la Red.	RRSS Cartelería
FEBRERO	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Metodologías y proyectos de aprendizaje-servicio en los que participamos: inclusión, voluntariado, etc.	Comunidad Educativa Centros de la Red IT Medios de Comunicación	Información, fidelización, formar comunidad	Difundir y fomentar la colaboración con los proyectos en los que participan la Red de Centros y la IT o iniciativas que proponen; así como apoyar proyectos importantes de los centros de la Red.	RRSS y página web
	Jornada de Puertas Abiertas	Familias potenciales Antiguo Alumnado	Captación	Fomentar la asistencia de las familias potenciales dando visibilidad y apoyando las jornadas de puertas abiertas de los centros de la Red.	RRSS Cartelería
	Formación del profesorado	Centros de la Red Trabajadores	Información, fidelización, pertenencia	Resaltar el compromiso de la Red de Centros y de la IT con la innovación y con la formación y el desarrollo continuo de los trabajadores en sus centros. Recordar el programa de formación ofrecido por la Red de Centros, de la IT y de los centros.	RRSS Correo electrónico Circular
MARZO	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Campaña de Escolarización	Familias potenciales Antiguo Alumnado	Captación	Fomentar la escolarización de familias en los centros de la Red. Incidir en la importancia de la decisión y en los valores que nos definen como Red y como Familia IT.	RRSS Folleto
	La Mujer: Día Internacional, mujeres significativas de la historia IT, etc.; fechas importantes en la vida de Josefa Segovia	Comunidad Educativa Centros de la Red Instituciones	Fidelización, formar comunidad, identidad	Resaltar el compromiso de la Red de Centros y de la IT con el papel y el empoderamiento de la mujer en la sociedad actual y su importancia en nuestra historia como institución.	RRSS y página web
	Testimonios: antiguos alumnos, alumnado actual, familias...	Comunidad Educativa Familias potenciales Antiguos Alumnos/as	Fidelización, captación, formar comunidad, pertenencia, identidad	Hacer ver la importancia de los valores en los centros de la Red y poner en valor nuestras fortalezas y nuestra identidad.	RRSS

ABRIL	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa Centros de la Red	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Acit Joven, EDIW, Voluntariado IR, proyecto jóvenes; propuestas para el verano desde la IT	Comunidad Educativa Familias potenciales	Captación, fidelización	Fomentar la asistencia de las familias a las iniciativas, actividades o escuelas de verano propuestas por los centros de la Red. Destacar los valores que nos definen como Red y como IT.	RRSS
	Fechas importantes en la vida de Pedro Poveda	Comunidad Educativa IT	Identidad, pertenencia	Desarrollar los aspectos fundamentales de su vida y de las etapas en las que se puede dividir. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS y Página web
	Cuaresma y triduo pascual; actividades e iniciativas propuestas para Semana Santa desde la IT	Comunidad Educativa Centros de la Red	Información, fidelización, formar comunidad	Resaltar la importancia de estas fechas para reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
	Día del Libro (23 abril) / Narcea	Comunidad Educativa Centros de la Red	Formar comunidad, información	Dar visibilidad a las iniciativas metodológicas o proyectos innovadores sobre la lectura y/o escritura en las que participan o encabezan los centros de la Red, la IT o la Red de Centros.	RRSS
MAYO	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS
	Mes de María; aniversario canonización Pedro Poveda	Comunidad Educativa IT	Identidad, formar comunidad	Transmitir los valores y la importancia de María. Reforzar nuestra identidad cristiana.	RRSS
	EDIT	Centros de la Red Medios de comunicación IT Instituciones Comunidad Educativa	Pertenencia, formar comunidad, fidelización	Dar a conocer y difundir este encuentro haciendo hincapié en los valores que lo fundamentan y que quiere transmitir. Poner en valor el espacio de convivencia que supone para alumnado de toda la Red.	RRSS y página web
	Hilo conductor del lema	Comunidad Educativa	Acorde a objetivos del curso	Difundir y desarrollar los objetivos y las líneas de actuación propuestas para el curso.	RRSS

JUNIO	Día del medioambiente	Comunidad Educativa Centros de la Red	Fidelización, formar comunidad, identidad, información	Resaltar y transmitir el compromiso de la Red de Centros y de la IT con el cuidado del medioambiente. Dar visibilidad a las iniciativas medioambientales en las que participan o encabezan los centros de la Red, la Red de Centros o la IT.	RRSS
	Premios/reconocimientos obtenidos	Centros de la Red Medios de comunicación IT Instituciones Comunidad Educativa	Fidelización, Información, pertenencia	Difundir reconocimientos o premios que hayan obtenido los centros, trabajadores, alumnos/as o asociaciones de la Red de Centros o de la IT.	RRSS
	Jubilaciones	IT Comunidad Educativa	Pertenencia, Información	Reconocer y agradecer el trabajo y la dedicación de las personas que se jubilan en los centros de la Red.	RRSS
	Graduación y Selectividad	Comunidad Educativa	Fidelización, formar comunidad	Mostrar agradecimiento, apoyo y reconocimiento a las promociones de alumnado que finalizan sus estudios en los centros de la Red.	RRSS Circular
	Planificación de la formación de verano	Instituciones IT	Información	Dar a conocer las propuestas formativas que se planifican para cerrar el curso en el mes de julio.	RRSS
	Carta de cierre de curso a toda la comunidad educativa	Comunidad Educativa	Identidad, pertenencia, fidelización, formar comunidad	Repasar el lema del curso y realizar una breve reflexión sobre la consecución de los objetivos y las líneas de actuación que habían sido propuestas. Despedir y cerrar el curso, resaltando una continuidad en los principios y valores con el pasado, el presente y el futuro.	Correo electrónico Circular

3. Mejorar nuestra visibilidad como centros, como red y como familia IT. Crear identidad

a. A nivel de Red

- Mantener presencia en Facebook y Twitter e iniciarla en Instagram y Youtube
- Coordinar y planificar con los responsables de comunicación de los centros cuándo y cómo utilizar y compartir los recursos generados por el Secretariado de Centros con finalidad divulgativa
- Crear un espacio virtual para responsables y equipo de comunicación donde compartir recursos y generar un banco de imágenes de la Red Centros
- Elaborar infografías de:
 - La red interna de la Institución Teresiana (AJ, federación AMPAS, Narcea, InteRed, Crítica, EDIW)
 - Lema pastoral anual y fechas señaladas del curso
 - La propuesta de la semana de la solidaridad en colaboración con InteRed
 - Estilo común de identidad IT para las páginas web de los centros
- Elaborar y divulgar material informativo de la Institución Teresiana y la Red de Centros
- Asegurar:
 - Dos publicaciones semanales en línea de identidad e hilo común pastoral
 - Una publicación mensual relativa a la vida y misión de la IT
 - Una publicación semanal de la vida de los centros
 - Una publicación semanal de EECC

b. A nivel de centro

- Estar presentes en los medios de comunicación: enviar notas de prensa
- Cuidar, revisar y actualizar anualmente la cartelería del centro, así como los espacios de exposición (como pueden ser los corchos o paneles) para los mismos
- Presentarse, en la medida de lo posible, a certámenes, concursos... para dar a conocer lo que somos y hacemos
- Ofrecer formación en RRSS a los docentes y familias
- Informar de los eventos sociales y de IT a nivel local
- Seguir los perfiles de todos los centros de la Red en las redes sociales en que se tenga presencia

- Referenciar y enlazar en la página web de cada centro las de la Red y de la IT (IT España, IT internacional, Acit Joven, InteRed)
- Asegurar:
 - Dos publicaciones semanales en cada una de las RRSS en las que se tenga presencia
 - Una publicación trimestral en el canal de Youtube
 - Compartir semanalmente al menos la publicación en línea de identidad de la Red de Centros
 - Compartir mensualmente al menos una relativa a la vida y misión de la IT
 - Compartir mensualmente al menos una publicación de otro centro de la Red

4. Plan de Contingencia

La comunicación en situaciones de crisis tiene como objetivos:

- Prever los posibles daños a la imagen del centro o sus personas y anticipar soluciones
- Defender la imagen del colegio y del personal del mismo ante la comunidad educativa y la sociedad en general

Algunas características comunes a las situaciones de crisis:

- Son inesperadas, se producen en un momento sorpresa; por ejemplo, rumores o información crítica desvelada públicamente
- Son complejas y requieren soluciones definitivas, normalmente de forma urgente
- Y especialmente por su urgencia, a menudo, requieren actuaciones más arriesgadas que habitualmente

Una situación de crisis reúne una o varias de estas condiciones:

- Afecta a tu colegio o a la Institución Teresiana
- Tiene potencial de escalar en intensidad
- Puede perjudicar a tus públicos clave o grupos de interés
- Puede generar un impacto negativo en los medios
- Puede crear una imagen negativa ante la opinión pública o poner en jaque la reputación de tu centro

Hay problemas o contingencias que son situaciones puntuales y que, aunque hay que prestarles atención, no suponen amenazas a la reputación del centro, por lo que no se considera una situación de crisis propiamente dicha. En cualquier caso, hay que mantener siempre la calma y diferenciar bien entre una crisis, un problema o una contingencia puntual que puede surgir en el centro.

En todas las situaciones de crisis, es importante informar al equipo de comunicación de la Red de Centros IT solicitando asesoría y, en su caso, la intervención oportuna.

Protocolo de actuación

1. Investigación

Si creéis que vuestro centro puede estar ante una crisis en medios sociales, lo primero que haréis será informar a equipo directivo y al equipo de comunicación de la Red. Al iniciar la fase de investigación, que es la más importante, deberéis nombrar una persona responsable de la misma.

En ella ha de reunirse toda la información acerca de los hechos sucedidos (tuits, entradas en facebook, imágenes...) y gestionarla con la máxima honestidad posible. Con toda la información podremos definir la estrategia a seguir.

Es importante contar con herramientas adecuadas que nos ayuden a hacer el seguimiento de “lo que dicen de nosotros” y Algunas de estas herramientas son: Google Alerts, Social mentions, Google Trends o Klout.

2. Constitución del comité de crisis

Una vez confirmada la situación de crisis y concluida la investigación debéis constituir un Comité de Crisis formado por:

- La dirección del centro
- El responsable de comunicación
- Una persona del equipo de comunicación de la Red de Centros
- Otras personas del equipo directivo que, por su conocimiento más cercano de la situación, puedan contribuir a resolver la crisis

Este comité debe:

- Analizar la situación, su alcance y sus consecuencias

- Trazar las líneas de acción y centralizar las decisiones
- Centralizar y realizar las labores de comunicación pública de los hechos
- Solicitar asesoría a expertos
- Nombrar un portavoz entre ellos

La dirección del centro mantendrá comunicación periódica e informará a la dirección del secretariado.

3. Detectar los afectados

Es necesario detectar quiénes son los públicos afectados directa e indirectamente con el fin de priorizar el contacto personal (no vía redes sociales) con cada uno de ellos en las primeras fases de comunicación de crisis.

4. Criterios de actuación

En estas situaciones, es importante:

- Mantener la calma, transparencia, coordinación y organización
- No especular con la información y no mentir
- Comunicar en el momento oportuno. Mejor pronto que tarde. Si no lo haces tú, otros lo van a hacer por ti
- Poner en marcha las medidas necesarias para solucionar la crisis
- No dudar en salir a explicar las decisiones
- Designar un portavoz que dará formalmente los comunicados y mantendrá informado a todos los medios de comunicación (con igualdad de oportunidades a todos). Seleccionar bien a estos portavoces. Que tengan experiencia y que comunique bien
- No minimizar el problema o hacer como si no existiese (tarde o temprano sale a la luz)
- Deben de estar informados directamente desde la dirección de centro el personal del centro (profesorado y PAS) y otros que se estime oportuno (Consejo escolar, Junta de AMPAS...)
- Asegurarse que los más cercanos (profesorado, PAS etc.) no difunden mensajes contradictorios

Tener en cuenta que siempre se debe informar y evitar los “sin comentarios” que solo ayudan a avivar la atención sobre el problema. Es mejor generar noticias “controladas” y definidas (todos vamos a transmitir la misma información acordada sin modificaciones y por los canales acordados) a que haya información compartida y modificable por otros.

5. Acciones recomendadas

- Todos los comunicados oficiales o notas de prensa además de enviarse a los medios de comunicación, familias del centro, comunidad educativa... se colgarán siempre en la página web del centro y se publicarán en todas las redes sociales que el centro tenga en ese momento abiertas
- Recordar en todo momento que el personal del centro debe mantenerse la postura oficial. Hay que ofrecerla de manera clara, transparente y todas las veces que se os pida, adaptándola a cada canal
- Para contrarrestar los mensajes negativos tenéis la opción de generar información positiva que haga bajar las críticas y evite que sea lo primero que se ve al entrar en vuestro perfil

Recordad que los delitos de injurias y calumnias también están vigentes en redes sociales y en esos casos lo mejor es gestionar la crisis informando de que lo dejáis en manos de un abogado.

6. Configuración de los mensajes

En el núcleo de vuestros mensajes debe quedar claro:

- La preocupación por lo que está sucediendo
- Qué se está haciendo para solventarlo
- Qué se va a hacer para evitar que vuelva a ocurrir

Ante una crisis, cuatro irrenunciables:

- Agilidad
- Calidad informativa
- Transparencia
- Veracidad

7. Seguimiento Postcrisis

El final de la crisis tiene lugar cuando la dirección del centro tiene dominio de la situación y la imagen del colegio empieza a mejorar ante la situación acaecida.

Una vez dada por finalizada la situación de crisis es importante hacer un seguimiento y gestionar la postcrisis.

Es importante evaluar cómo os encontráis, estudiar lo que falló, lo que se pudo prevenir, lo que funcionó correctamente y qué se debería cambiar en el futuro.

Es aconsejable redactar un informe con recomendaciones para prevenir situaciones parecidas, en el que se fijen objetivos a medio y largo plazo que os permitan ir recuperando la credibilidad perdida.

CRITERIOS COMUNES #REDCENTROSIT COMUNICACIÓN DIGITAL EN REDES SOCIALES



• ¿Dónde estar presentes? En Facebook, en Twitter y en You Tube. Instagram también puede resultar muy interesante.



• Asegúrate de que todas las Redes Sociales aparecen enlazadas desde la página web del colegio y de que desde cada Red Social aparece enlazada la página web.



• El nombre de usuario debe ser corto y sencillo (@RedCentrosit) y la URL de cada red social es recomendable que esté personalizada.



• Cuida el contenido y la calidad de cada publicación. ¡Sé creativo! Más vale una foto sugerente con un gran mensaje que un collage con seis fotos y un mensaje simplemente descriptivo. Menos es más.



• La foto de perfil debe ser aquella que más nos represente, nuestro logo o imagen corporativa.



• Utiliza herramienta TIC gratuitas que mejoren y faciliten tu labor: Hootsuite, Fotor, Google Alerts, Pixabay, Splice y todas estas:



• La imagen de cabecera puede destacar aquello que nos interese en cada momento y, en algunas ocasiones, podrá ser la misma para todos los Centros IT (EDIT, celebraciones, etc.).



• Si es oportuno, menciona y etiqueta a aquellos perfiles que tengan relación con la publicación o a los que creas que les pueda interesar.



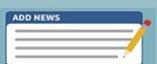
• Cuida la información que aporta el perfil. Debe contener: nombre, dirección, frase o eslogan que nos defina, página web, teléfono y hashtags.



• Escribe textos cortos, fáciles de leer y atractivos. Utiliza algún emoticono y no abuses de las mayúsculas.



• Comparte y publica con frecuencia. En Facebook, Twitter e Instagram, al menos una vez al día. En You Tube, al menos una vez al mes.



• No juegues al escondite. Di a todas las familias en que redes sociales estás. Compártelas en tus carteles, folletos, revistas, publicaciones, etc.



• Utiliza siempre dos hashtags en todas las redes sociales: el propio de tu colegio y #RedCentrosit. ¡Somos Red! Además, de esta manera podrán localizar todo lo que publiques para compartirlo en @RedCentrosit.



• Sé consciente de que tu web y tus redes sociales son el "24 h. abierto" de tu Centro.

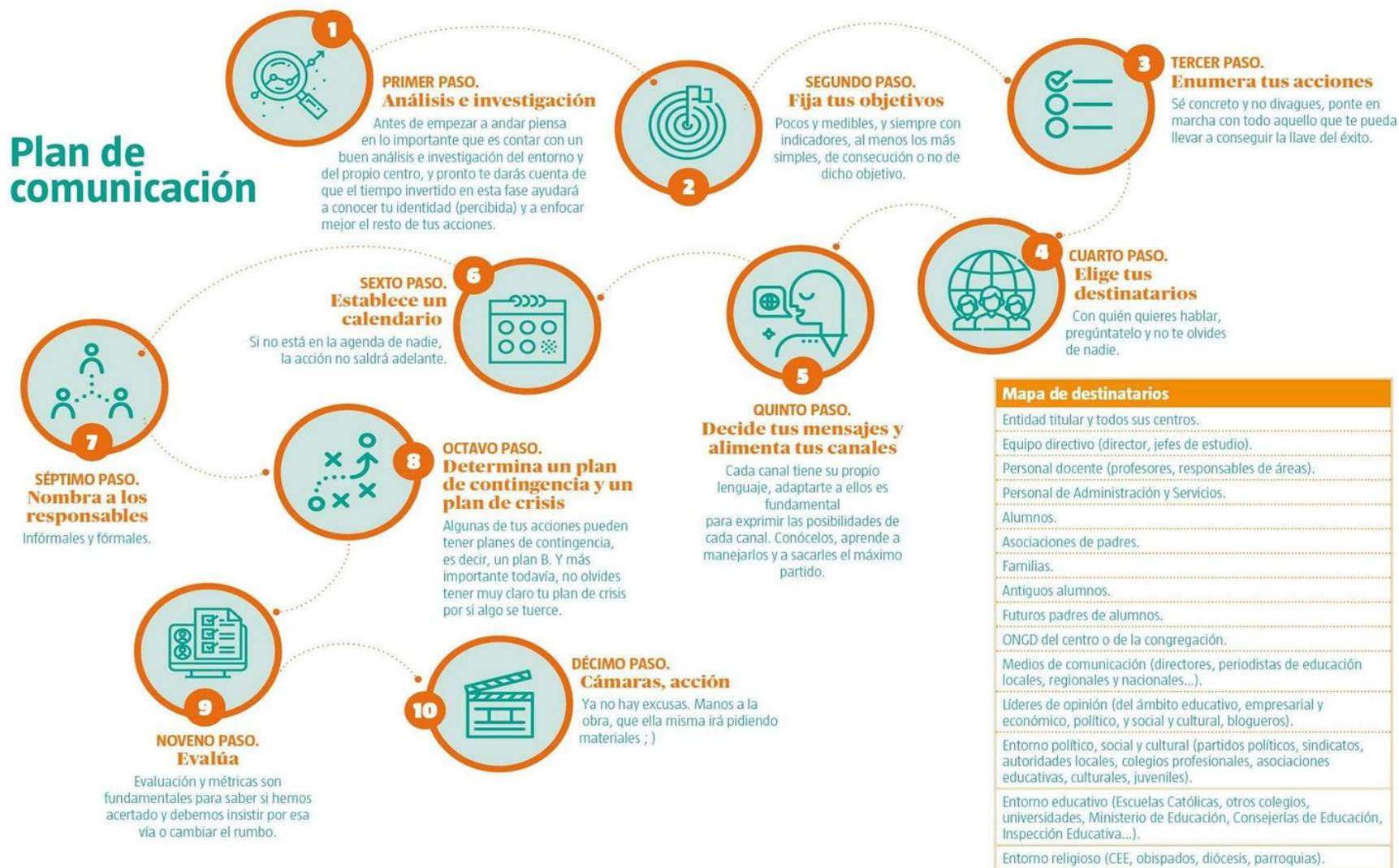


• Contesta los mensajes o las opiniones de manera cordial y cercana.



Y recuerda, no buscamos publicitar, simplemente buscamos comunicar lo que hacemos, lo que sentimos y sobre todo, **lo que somos.**

ANEXO II: Plan de comunicación. Escuelas Católicas²



² Imagen tomada del curso de Pensamiento de Innovación Educativa para TIC de Escuelas Católicas

¿CUÁLES son vuestros objetivos? ¿DÓNDE están vuestros destinatarios?



³ Imagen tomada del curso de Pensamiento de Innovación Educativa para TIC de Escuelas Católicas