

# MARCO DE COMUNICACIÓN DIGITAL



FUNDACIÓN Juan Bautista MONTAGNE

Avda. San Pedro de los Arcos, 15 33012 – Oviedo (Asturias)

619 822 206 · [fundacion@fundacionmontagne.org](mailto:fundacion@fundacionmontagne.org)

## MARCO DE COMUNICACIÓN DIGITAL · FUNDACIÓN MONTAGNE

La comunicación es un aspecto clave de cualquier organización social, tanto para generar cohesión interna como para consolidar las relaciones externas con los medios de comunicación social y con los destinatarios últimos de nuestras acciones, el público en general y otras entidades sociales. Permite, además, conocer y dar a conocer la actualidad de las políticas e iniciativas que inciden en áreas de protección y promoción de los derechos de la infancia y son una fuente primaria para dar a conocer nuestro trabajo con infancia y juventud.

Todo lo que hacemos comunica. La comunicación es una acción inherente al ser humano y a todas las instituciones. No se puede no comunicar porque hasta el silencio ofrece información. Además, especialmente en la era digital, si no contamos algo, otros lo harán por nosotros y lo harán desde su punto de vista. Debemos interiorizar esa dimensión ineludible de la comunicación e incluirla en nuestra planificación para aprovechar todas sus posibilidades.

Según la Real Academia de la Lengua, comunicar es “transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor”. Queremos analizar, desde un punto de vista práctico, cada uno de esos elementos: las señales (mensaje, imagen) y el código (periodístico y de redes sociales) para ponernos en relación como institución (emisor) con nuestros públicos internos y externos (receptor). Todo con la misión de mostrar la presencia de la Fundación desde la transparencia y la veracidad, con sencillez y poniendo el punto de mira en los valores que nos identifican.

Este documento es coherente con lo establecido en la política de comunicación<sup>1</sup> de la Provincia marista Compostela, con la que la Fundación Montagne está vinculada.

### 1. Objetivo del Plan: comunicar

El *Plan de Comunicación Digital* tiene como objetivo mejorar la imagen y el posicionamiento en Internet de la Fundación Montagne y de sus Centros y Proyectos socioeducativos, facilitando la gestión de estos y planificando la presencia continuada y posibles acciones concretas tanto en la página web como en perfiles de redes sociales (RRSS).

Pretendemos dar a conocer la actividad de la Fundación entre nuestros públicos internos (profesionales educadores y técnicos, personas voluntarias, personas beneficiarias, colaboradores), generando dinámicas atractivas que consoliden un estilo de trabajo propio, y a nivel externo, ya que las herramientas de comunicación electrónica son útiles para dar a conocer la realidad de la infancia, juventud y sus familias así como alternativas concretas útiles en la mejora en su calidad de vida a través de iniciativas socioeducativas.

Traducimos este objetivo en varias metas concretas:

- Dar a conocer, a través de internet, a la Fundación y sus actividades.
- Crear comunidad a través de internet.
- Integrar la comunicación online en la actividad diaria.
- Unificar las estrategias de comunicación.
- Fomentar la implicación y colaboración en materia de comunicación.

---

<sup>1</sup> Libro de Estilo de la Provincia Marista Compostela. Equipo de Comunicación. Junio 2018.

## 2. Qué queremos contar

Comunicamos todo aquello que, a lo largo del tiempo, en un periodo o en un momento determinado, pueda ser de interés para nuestros públicos internos y/o externos.

¿Quién? Las personas son noticiables por definición. Son quienes realizan las acciones: niños, niñas, adolescentes y jóvenes, familias, educadores...

¿Qué? Todo lo que hacemos es comunicable: proyectos, eventos, acciones...

Es importante definir con claridad los mensajes que se quieren transmitir igual que el relato que se quiera contar para que no haya dudas a la hora de subir contenidos. Se pueden contar noticias vinculadas al ámbito de los derechos de la infancia y juventud de carácter internacional, otras de ámbito estatal, regional o local. También, reenviar contenidos de otras entidades con las que la Fundación Montagne tenga afinidad en su visión, misión y valores.

¿Dónde? A nuestros públicos internos les interesa lo que ocurre en cada Centro, Proyecto y en la Fundación en general.

¿Cuándo? Se debe cuidar siempre que lo que se publique sea de actualidad.

¿Por qué? A veces hay que explicar la motivación que hay detrás de las cosas que hacemos.

¿Cómo? La manera de hacer las cosas, la innovación, es también un elemento por comunicar.

Se publicarán contenidos de las actividades que se realizan preservando la intimidad de las personas, sin realizar planos directos de una sola persona, sino más bien fotografías grupales o de espaldas, así como de los materiales que muestren las diferentes metodologías utilizadas en el desarrollo de las actividades.

En las publicaciones que se considere conveniente, se incluirá el texto que condensa brevemente (*elevator pitch*) quiénes somos y qué hacemos como Fundación:

*“La FUNDACIÓN Juan Bautista MONTAGNE, constituida en 2004, es una entidad de ámbito estatal, vinculada a la institución de los Hermanos Maristas.*

*A través de intervenciones socioeducativas, busca la mejora de las condiciones de vida, la promoción personal y social, y la integración plena de niños y jóvenes en riesgo o situación de vulnerabilidad, abandono o exclusión, así como la de sus familias.*

*Trabajando en red, promueve y gestiona centros y proyectos, como “Ker Saorengo – Casa de Tod@s” (en León), “ASOMAR” (en Vigo), el Centro Socioeducativo Xuntos (en Oviedo) o el Centro juvenil “El Urogallo” (en Ponferrada). Además, desde sus 16 delegaciones en Castilla y León, Galicia y el Principado de Asturias, impulsa el compromiso social de las comunidades educativas maristas mediante acciones de voluntariado, gestión de becas educativas y el apoyo a proyectos sociales de otras entidades en el entorno próximo.*

*Actualmente, con 6 profesionales y cerca de 70 personas voluntarias, está atendiendo a más de 400 personas.”*

## 3. Público destinatario

La infancia, juventud y familias beneficiarias de cada obra social. Todos aquellos con interés en desarrollar estilos de vida saludables, en conocer otras personas jóvenes y utilizar los recursos del Centro / Programa / Proyecto para la mejora de su crecimiento individual, a la vez que contribuyen al fin social del desarrollo de su propia comunidad.

Asociaciones y entidades del entorno con las que se trabaja en red, para compartir buenas prácticas, crear sinergias positivas e iniciar acciones coordinadas que sirvan para mejorar la vida de la infancia, adolescencia y juventud, y de la población en general.

También es destinatario el público en general con interés en acciones dirigidas a promover, proteger y consolidar los derechos de la infancia, la juventud y sus familias, especialmente aquellas en riesgo de vulneración social.

#### **4. Medios personales**

El personal técnico de la Fundación será el encargado de publicar la información de manera coordinada y siguiendo los criterios establecidos. Prestará especial atención a los contenidos propios y a la difusión de contenidos de interés general producidos por otras Entidades u Organismos de carácter local, autonómico, estatal o internacional, en la línea de la promoción y protección de los derechos de la infancia y la juventud.

Se designará a uno de los profesionales de la Fundación como responsable de comunicación de la entidad, con la función de gestionar las publicaciones que se realicen en nombre de la Fundación. Así mismo, cada obra social contará con un enlace que velará por las propias publicaciones y se coordinará con el responsable de comunicación de la Fundación.

#### **5. Medios técnicos**

Cada Centro / Programa / Proyecto se dispondrá de los medios técnicos que se precisan para elaborar y difundir las publicaciones, al menos un equipo informático y cámara fotográfica. Las fotografías deberán realizarse preferentemente desde las cámaras o dispositivos propiedad de la Fundación; una vez realizadas, se trasladarán a un equipo informático de la entidad o al espacio habilitado en internet / intranet local, con las oportunas medidas de protección de datos, para uso exclusivamente interno.

Si ocasionalmente se necesitara utilizar algún dispositivo del personal de la Fundación (por ejemplo, cámaras en teléfonos móviles), las imágenes y/o datos se trasladarán lo antes posible a un equipo de la entidad y serán borrados completamente del equipo personal.

#### **6. Página web**

La página web aspira a ser nuestro lugar de referencia en Internet, donde debe reunirse toda la información oficial que se desea ofrecer tanto a públicos externos (en abierto) como a internos, para los que pueden existir secciones privadas.

Debe estar actualizada y ofrecer siempre la imagen que queremos con contenidos buenos (de interés), bonitos (cuidando el diseño y la calidad de textos e imágenes) y baratos (es decir, de rápido acceso sin incluir, por ejemplo, vídeos demasiado largos cuyo tiempo de carga sea excesiva).

#### **7. Redes sociales (RRSS)**

Las redes sociales se han convertido en un lugar de encuentro y un canal de comunicación donde instituciones y personas conviven de forma natural. Al igual que ocurre con la página web, peor que no estar en una red social es que nuestra imagen en ella sea estática, antigua y desactualizada.

Desde la Fundación Montagne se propone el uso de las siguientes redes sociales para la comunicación externa: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

El perfil de página de Facebook permite llegar a un público general con contenidos amplios.

Instagram, por su enfoque más fotográfico, permitirá acceder a grupos de personas jóvenes a través de imágenes, vídeos cortos con los que se sientan identificados tanto por el mensaje como por la herramienta de comunicación.

Twitter permitirá acceder a un perfil más técnico, interactuar con otros actores especializados en trabajo con menores y familias de nuestro entorno y comunicar de forma más breve que Facebook.

El indicador para el uso de estas redes sociales será: semanalmente, al menos una publicación en la página de Facebook, dos interacciones en el perfil de Twitter y dos fotografías en el perfil de Instagram. Para maximizar el uso de las redes, se buscará vincular los contenidos entre todas las redes.

#### DECÁLOGO DE PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES

Basándonos en los criterios de la institución marista y en la realidad de los Centros y Proyectos de la Fundación, establecemos las siguientes claves de presencia y actuación en RRSS:

1. Educamos, transmitimos valores y, siempre (*online / offline*), actuamos con cabeza y corazón. La comunicación desde las redes sociales debe de preservar y potenciar la imagen e identidad de la Fundación.
2. El contenido será relevante y de interés para nuestros públicos internos y externos.
3. El estilo de redacción será claro, conciso y coherente.
4. La comunicación en las redes sociales no debe de ser improvisada, sino planificada en base a unos objetivos y temporalizada por el equipo técnico.
5. Se contará con el consentimiento expreso e individual de la persona tutora de cada menor, siguiendo los protocolos establecidos en materia de protección de datos. En el caso de que la familia de un menor no firme el consentimiento, se velará por su cumplimiento.
6. Las fotografías en el Centro / Proyecto se tomarán por los profesionales debidamente acreditados, o las personas designadas por ellos, y se utilizarán los medios del Centro. Las personas voluntarias, en prácticas y los propios beneficiarios no están autorizados para tomar imágenes de las actividades y personas.
7. Se informará debidamente a todas las personas usuarias voluntarias, en prácticas y beneficiarias sobre el presente código de conducta o comunicación.
8. Se evitará la publicación de imágenes de primeros planos de menores. Se dará prioridad a las fotografías de perfil y grupales, preferentemente sin mostrar imágenes directas y que muestren la actividad que se desarrolla. Son muestras del cómo y no sólo del qué.
9. Se promoverá subir fotografías del desarrollo de las actividades que fomenten el diálogo con las propias imágenes en clave de pensamiento crítico.
10. Se realizará un seguimiento periódico del impacto de cada una de las redes sociales para evaluar su alcance y retocar, en caso de ser necesario, el modelo de comunicación.

#### **8. Protección de datos**

La comunicación a través de Internet debe cumplir la normativa vigente en protección de datos: Ley Orgánica de Protección de Datos de 2018 y el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea. Todas estas normativas y su aplicación a los centros educativos pueden consultarse en la guía sectorial desarrollada por la Agencia Española de Protección de Datos.

En todo caso, debemos tener claro que la comunicación a través nuestra página web y RRSS debe respetar escrupulosamente toda la normativa y recomendaciones de protección de datos que rigen la actividad diaria de la Fundación y sus Centros, Programas y Proyectos.

Debemos tener en cuenta que cuando publicamos algo en internet lo estamos haciendo público (las páginas web son abiertas, sin limitaciones, salvo en los espacios especificados como tal) o, como mínimo, visible para todos los usuarios de la red social en la que nos encontremos.

Por eso debemos, como mínimo, respetar las siguientes recomendaciones:

*Autorización.* Las fotografías o vídeos que se envíen al responsable de comunicación deben haber pasado el filtro de constatar que todos los alumnos que aparecen cuentan con la autorización pertinente para publicar su imagen en la web, RRSS y publicaciones de la Fundación. Conviene recordar que dichas autorizaciones se conceden para las páginas oficiales, no para uso en cuentas particulares.

*Identificación de menores.* En la medida de lo posible, se optará por imágenes de grupo o con enfoques determinados (de espaldas, primer plano del trabajo, manos...) en las que no se identifique visiblemente a los alumnos menores que aparecen en la misma.

*Perfiles oficiales.* La Fundación Montagne y sus obras y proyectos sociales tienen web propia y perfiles oficiales a través de los que se publicará la información oficial de las actividades de la Fundación y los distintos Centros, Programas y Proyectos. La Fundación Montagne no se hace responsable de las consecuencias que pueda tener la utilización de otras cuentas.

*Formación.* Educadores, voluntarios, familias y menores... deben estar concienciados de la importancia de no publicar datos, imágenes o vídeos de otros sin su consentimiento. Además, se debe ofrecer formación sobre el uso correcto de las nuevas tecnologías y la huella digital que deja en nuestro currículo digital todo aquello que publicamos en internet.