

Una nueva concepción de la Educación Pública: conocimiento compartido

por Yasmina Canedo Mercante

Postgrado en Community Manager y Social Media

Universitat de Barcelona-IL3

29 de septiembre de 2012

Índice

1.Introducción: necesidades 2.0	3
2.Objetivos	
2.1 Educación abierta y conocimiento compartido. Posibilidades.....	4
2.2 Las 4 claves del proyecto: sistema a dos velocidades, transparencia y conocimiento compartido, educación en familia e integración.....	5
3.Audiencia	6
4.Situación actual. Análisis.	
4.1 Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya (XTEC).....	7
4.2 Edu3.cat.....	9
4.3 Edu365.cat.....	10
5.Estrategia de red	
5.1 Bases.....	12
5.2 Comunidad y comunicación: publicaciones, foros, blogs, galerías fotográficas, galerías de vídeo y redes sociales.....	13
5.3 Aprender unos de otros (espacios de colaboración): alumnos, profesores y padres.....	25
5.4 Material.....	27
5.5 Actividades (online y offline).....	29
5.6 Enlaces (bibliotecas, universidades, formación profesional).....	29
5.7 Información general (Ensenyament).....	30
5.8 Campañas.....	30
6.Estrategia móvil: comunicación rápida y eficaz	33
7.Medición de resultados: un nuevo concepto	34
8.Presupuesto	
8.1 Equipo necesario.....	36
8.2 Inversión y funcionamiento.....	37
8.3 Fases de implantación del proyecto.....	37
9.Conclusión: un paso más	38
10.Bibliografía	39

1. Introducción: necesidades 2.0

La Educación Pública tiene desde hace unos años muy mala imagen. El cambio en el sistema educativo del E.G.B-B.U.P-C.O.U. a la E.S.O. y el Bachillerato a finales de los 90 ha provocado lo que ,a la vista de promociones anteriores, es un descenso de calidad, exigencia, competencia y sentido de la responsabilidad en los alumnos. Fenómeno al que ha acompañado un cambio social, generacional, familiar y de valores que se ha dado paralelamente al auge y desarrollo de las nuevas tecnologías.

Como sucede en toda época de cambios, se producen choques y la adaptación a las nuevas realidades sociales se da a distintas velocidades para unos y para otros. El crecimiento exponencial y rapidísimo de internet desde principios de los 90 hasta ahora es una de las claves de este cambio social a dos velocidades. Tenemos a nuestro alcance unas herramientas que los jóvenes manejan mejor que los adultos, que exploran todas sus posibilidades a un ritmo vertiginoso mientras reciben una educación basada todavía en métodos poco actualizados tanto en casa como en el colegio. Nos da la sensación que el sistema no funciona y eso provoca que la educación tenga una imagen negativa, que sólo se destaque el fracaso escolar, que se de más importancia al gasto y la compra de material (ordenadores) y no a su uso, y que desde un tiempo hasta ahora se hayan multiplicado los trastornos de atención (TDAH) sin que se plantee que muy posiblemente el problema está en el sistema y no en los niños.

La Educación es el centro de este proceso que hasta ahora se ha gestionado de mejor o peor manera pero con esta mala prensa. A estos cambios hay que añadir la crisis y la imagen de mediocridad que proyecta nuestra sociedad, que en muchos casos se atribuye a la clase política y a la educación.

Y eso es lo que vamos a cambiar adaptando las herramientas de comunicación y conocimiento a la realidad, dándoles una potencialidad y un uso que reivindiquen y mejoren la calidad de la Educación Pública para situarla en el lugar que se merece la ciudadanía.

Debemos entender internet como un elemento integrador y para generar conocimiento, no como un elemento de exclusión e individualismo como se ha visto hasta ahora desde sectores más tradicionales. Hay que explotarlo a través de los valores de transparencia, honestidad e innovación. El primer paso es empezar a comunicar de otra manera. Nos centraremos en Catalunya.

2. Objetivos

2.1 Educación abierta y conocimiento compartido. Posibilidades

La base de la Educación Pública es que tiene que ser accesible a todo el mundo por igual. Esta es la premisa sobre la cual vamos a construir un plan de comunicación digital basado en abrir la Educación Pública catalana al exterior. Construiremos una estrategia basada en el conocimiento compartido y la confianza en alumnos y profesores. Un debate, el de la calidad de la educación y el mensaje de optimismo y confianza, que podemos consultar en el estudio “L’escola del segle XXI” realizado por la Revista de debat polític.¹

Actualmente lo más parecido que existe en Catalunya a una comunidad educativa es la [Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya](#), pero es muy limitada. Al mismo tiempo, encontramos otras dos redes con funciones diversas y que no quedan muy claras: [Edu3.cat](#) y [Edu365.cat](#). Estas tres redes, que analizaremos en el apartado 4, no se conocen, no están bien definidas y dan una sensación caótica y de difícil navegabilidad. Proponemos unir esfuerzos en un sólo sentido y objetivo para ser más funcionales, obtener mejores resultados y comunicarlos de manera más eficaz y eficiente con las herramientas que el *social media* pone a nuestra disposición.

A continuación desarrollaremos un sistema basado en el conocimiento compartido, la creación de una gran comunidad que formarán profesores, alumnos y padres, la multidireccionalidad y la participación porque la educación la construimos todos y es la base de nuestro desarrollo personal y profesional. Otro de los objetivos que tendrá esta comunidad será la de la integración, para dar respuesta a las necesidades de los nuevos ciudadanos. La transparencia en la gestión será otra de las claves del proyecto. Gracias a la transparencia y a la honestidad conseguiremos mejoras. Ofrecer todo el material educativo a todo el público en la red hará que recibamos críticas, comentarios y sugerencias que nos ayudarán a mejorar nuestro producto y a aumentar la calidad de nuestra educación.

Todo este proceso se dará en internet porque es el principal canal de comunicación de nuestros jóvenes, donde están más cómodos y donde vamos a encontrar todas las herramientas necesarias. Construiremos nuestro plan de comunicación basado en una educación en la red y en red para alcanzar 4 objetivos principales.

¹ La Universidad de Barcelona recoge este estudio que se puede consultar en http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/escola_segles_xxi_bloc_tema.pdf

2.2 Las 4 claves del proyecto

Un sistema a dos velocidades

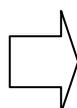


-El sistema educativo sigue anclado en maneras de comunicar que no se han adaptado a la transformación de la sociedad.

-Se hablan idiomas distintos y eso provoca que haya mayor índice de fracaso escolar y TDAH.

-Se debe plantear un nuevo sistema de comunicación profesor-alumno-familia que se adecúe a las formas de comunicar de los niños y jóvenes. Usar sus mismas herramientas para el aprendizaje.

Transparencia y conocimiento compartido



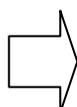
-Una red educativa completa y abierta en que se ofrezcan con transparencia todos los contenidos educativos expone al sistema a la crítica y, por tanto, a su mejora.

-El consumidor ha cambiado, ahora participa en los procesos y en el producto (*prosumidor*). Eso hace que no se baje la guardia. Es positivo para todas las partes y nos hace más competitivos.

-La educación en red y en la red permite más comunicación (no aislamiento) entre alumnos y profesores. Herramientas como los foros sirven para compartir experiencias y consultas.

-El conocimiento compartido nos hace crecer y da verdadero sentido a la educación pública gratuita a la que todos tenemos derecho. Se establecerá una parte totalmente pública y una de uso para alumnos.

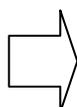
Educación en familia



-Un sistema abierto en la red y en red permite volver a integrar a los padres en la educación escolar y fomentar la comunicación familiar. No entenderlo como control sino como colaboración.

-Las asociaciones de padres tendrán su espacio a través del cual relacionarse y comunicarse.

Integración de la inmigración



-Un sistema abierto puede ser un buen refuerzo para los alumnos inmigrantes.

-Podrán usar el material como complemento, sobre todo, en lo que refiere a los idiomas.

3. Audiencia

La audiencia sobre la que trabajamos son los alumnos de educación infantil, primaria y secundaria de las escuelas públicas de Catalunya (de 0 a 18 años) en la modalidad de régimen general presencial, personal docente y padres de los alumnos.

El número total de centros públicos es de **3.271**.

Datos (2011-2012)²:

Alumnos

Educación infantil (0 a 3 años)	55.061	} TOTAL ALUMNOS INFANTIL I PRIMARIA 527.251
Educación infantil (3 a 6 años)	170.075	
Educación primaria	302.115	

ESO	175.557	} TOTAL ALUMNOS SECUNDARIA 270.154
Bachillerato	53.826	
Ciclos Formativos Grado Medio	40.771	

Personal docente

Educación infantil (0 a 3 años)	9.976	} TOTAL PROFESORES INFANTIL I PRIMARIA 34.877
Educación infantil (3 a 6 años)	9.986	
Educación primaria	14.915	

ESO	} TOTAL PROFESORES SECUNDARIA 28.367
Bachillerato	
Ciclos Formativos Grado Medio	

Proyección media padres de alumnos: **1.594.810**

AUDIENCIA TOTAL: 2.455.459

*Hay que tener en cuenta de que a pesar de cuantificar a alumnos, padres y profesores de educación infantil, primaria y secundaria de las escuelas públicas de Catalunya, al abrir la educación en la red nuestro target potencial aumenta si tenemos en cuenta que todo el mundo tiene acceso al contenido.

² Últimos datos de escolarización de la Generalitat de Catalunya consultables en http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2011/09/08/11/31/8bd231e5-53da-4727-9dd8-298d3329e4e2.pdf

Información complementaria sobre escolarización de los 3 a los 16 años en <http://aplitic.xtec.cat/MapaEscolar/>

4. Situación actual. Análisis

Tres son las redes dedicadas a la educación que encontramos actualmente en Cataluña. Las tres están vinculadas al portal web d' [Ensenyament](#).

4.1. Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya (XTEC) ³

Es la principal aunque sigue siendo muy básica, caótica y no permite la bidireccionalidad. Es una web 1.0 todavía cerrada a la participación, al comentario y a la creación de una comunidad que genere contenidos y comparta experiencias.

La palabra “telemática” además no está bien empleada. La definición de telemática es, según leemos en [Wikipedia](#) :

“materia científica y tecnológica que surge de la evolución y fusión de la telecomunicación y de la informática. Dicha fusión ha traído el desarrollo de tecnologías que permiten desde realizar una llamada telefónica en la cima del monte Elbrus a un abonado en la selva amazónica, enviar un vídeo en 3D por Internet, o hasta recibir imágenes de una sonda que orbita alrededor de un planeta distante. Su objeto de estudio son las llamadas TICs (Tecnologías de la información y la comunicación)”.

Una definición, por tanto, que nada tiene que ver con lo que encontramos en esta web. Es como el abuso que se ha hecho del término 2.0 en materias que nada tienen que ver con este concepto. En la XTEC encontramos:

1. **Recursos:** un listado de todas las materias desde ciencias de la naturaleza, sociales, cultura clásica, filosofía, lenguas, etc. Si entramos en cada una de ellas, la XTEC nos propone material didáctico (libros digitales, video, etc) y enlaces de interés sobre cada materia a museos, portales o blogs, entre otros.
2. **Centros:** encontramos un mapa de centros escolares en Cataluña con un buscador y un listado sin que ninguno esté vinculado a su web; la explicación del proyecto educativo donde todavía se usa la terminología “departament d'Educació” cuando hace ya dos años que el gobierno de Artur Mas recuperó el término “Ensenyament” (por tanto desde entonces no se ha actualizado); equipamiento de los centros; y las celebraciones del año 2012 en qué destaca “el año Pilarín Bayés”.
3. **Currículums y orientación:** destacan guías de desarrollo y soporte en pdf para cada grupo educativo; material didáctico también en pdf para el profesorado; un apartado para preguntas más frecuentes, la mitad de los espacios del cual está vacío; noticias sobre modificaciones en educación (evaluaciones, etc), premios, trabajos y listas de lectura; educación para adultos; orientación (normativa, documentación, prácticas).

³ La XTEC es la Red Telemática Educativa de Cataluña que se define como “compilación de recursos y páginas para la enseñanza de diversos niveles”. Su web: <http://www.xtec.cat/web/guest/home>

4. **Comunidad:** Este debería ser el plato fuerte de la web y en cambio es muy pobre. Sólo encontramos planes educativos, un apartado de “escuela y familia” que consta tan sólo de una breve explicación del documento Pla de Govern 2011-2014 de la Generalitat de Catalunya; normativas y documentos oficiales.
5. **Formación:** planes de formación, lenguas, competencias, seguridad y salud laboral, y becas. No hay prácticamente enlaces cuando sería interesante potenciarlos.
6. **Proyectos:** Uno de los proyectos que más deberían destacar y dirigirse a los alumnos, está más dirigido a los profesores dejando al alumno en segundo plano. No es atractivo para los alumnos. El material se basa en la lengua y la lectura, y no en el resto de materias donde el alumno también necesita soporte y material adicional. Sí encontramos un apartado interesante dedicado a las experiencias, donde vemos actividades que han realizado los alumnos y la metodología que se ha seguido. Otro apartado interesante al que sacan poco provecho es el dedicado a proyectos en red, donde encontramos un enlace a un proyecto colaborativo de rutas de senderismo (que nada tiene que ver con los alumnos...), programas de radio hechos por los alumnos, videos premiados de pequeños experimentos, y lo más interesante: [Eduwiki](#)⁴ y [Viquilletra](#).⁵
7. **Innovación:** enlaces a centros de soporte a la innovación, más documentos oficiales, y la parte que más en sintonía va con este proyecto es la dedicada a las prácticas educativas donde las escuelas muestran sus proyectos innovadores. El referente que mejor ilustra nuestros objetivos es el proyecto [Clásicos a la romana](#)⁶: dos profesoras de la escuela La Garriga impulsan un blog para enseñar cultura clásica con el lenguaje actual para que los alumnos descubran por sí mismos el contenido a la vez que exploran las herramientas online y el trabajo colaborativo. **Esta es la línea general que deberían seguir todas las escuelas con un mismo método.**
8. **Servicios educativos:** dedicados a soporte y asesoramiento. Material unidireccional.

En general, la web de la XTEC es unidireccional, no es navegable y no define a qué segmento se dirige cada contenido, cosa que dificulta su utilización y organización.

⁴ La Eduwiki es el espacio colaborativo siguiendo la filosofía de Wikipedia para el alumnado de 6 a 16 años. Su web: http://www.eduwiki.cat/index.php?title=P%C3%A0gina_principal

⁵ La Viquilletra es otro espacio colaborativo con la misma filosofía pero destinado a la enseñanza de la literatura catalana. Su web: <http://lletra.uoc.edu/ca/projectes/viquilletra>

⁶ Clásicos a la romana es un proyecto de dos profesoras para integrar las nuevas tecnologías en el aprendizaje de su asignatura. El enlace: <http://www.xtec.cat/web/innovacio/practiref/competencies/digital/classicsromana>

Existe [XTECblocs](#) pero en el momento de consultarlo a fecha 20 de agosto aparece el siguiente mensaje: “entre los días 6 y 10 de agosto XTECblocs estará fuera de servicio”. Este es un error que una red pública educativa no se debería permitir por la mala imagen que genera.



Hay aportaciones interesantes que habría que explotar de una forma distinta para sacarle el máximo partido. La web dedicada a la Educación Pública no tiene que ser un material de soporte sino una referencia para alumnos, padres y profesores.

4.2. Edu3.cat

Es otra de las redes de Ensenyament. Una web donde encontramos vídeos y programas divulgativos en colaboración con la [Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels](#).

La estructura de [Edu3.cat](#)⁷:

1. **Inicio:** contiene propuestas audiovisuales educativas desde los 3 a los 26 minutos. Todas son producciones de Televisió de Catalunya (TVC) o coproducciones entre TVC y otras productoras. No se puede interactuar, sólo recomendar.
2. **Recursos audiovisuales:** Se subdivide en:

Web TV: propone 77 destacados y enlaces a otras webs nacionales e internacionales de canales de televisión con contenido educativo dedicado a alumnos de primaria, secundaria, profesores y padres como [classroomclips](#), [TVO parents](#), el canal de la [UPC](#), [Arte](#), [ScienceTV](#), [SchoolTube](#) o [TeachersTV](#).

Radio: Igual que en el caso anterior, se nos ofrecen una serie de enlaces (28) a emisoras de radio de contenido educativo como [BBC School Radio](#), [Puentes al Mundo](#), [Children's poetry](#), el proyecto colaborativo [The Free Sound Project](#). También nos proponen editores de sonido digitales como [Audacity](#) o [CoolEdit](#) y herramientas para la reconversión de archivos, así como enlaces a redes sociales como [Voxpop](#) para comunicarse por voz.

⁷ Edu3.cat es un portal de radio y televisión educativas por internet que propone 5.500 archivos audiovisuales de diversos ámbitos. Los archivos son de los medios públicos catalanes. Su web: <http://www.edu3.cat/>

Cine: 50 propuestas de recursos educativos relacionados con el cine. Encontramos buscadores como [Find Any Film](#), tutoriales para hacer vídeos como [Videomaker](#), para crear animaciones como [Zimmertwins](#) o [GoAnimate](#), de consulta como [Steven Spielberg Jewish Film Archive](#), [CNC](#) y [Cinemacatala](#), o proyectos experimentales y de participación para escuelas e institutos públicos como [Cinema en Curs](#).

Fotografía: 37 recursos para creación y edición como [Photobucket](#), herramientas como [Flickr 3D](#), o proyectos colaborativos como [Historypin](#) o [SpeakingImage](#), de consulta como [Geograph](#), [CliCat](#) o el [American Museum of Photography](#).

Nuevos formatos: 82 enlaces a nuevos formatos de internet y plataformas educativas como [Teach&Learning](#) dedicada a las nuevas tecnologías en educación, libros electrónicos como [Project Gutenberg](#), aplicaciones para crear y compartir contenido virtual como [Aurasma](#), para colaborar, conectarse y compartir avisos de la escuela y tener acceso a los deberes como [Edmodo](#). **Esta es la parte más interesante que ofrece esta web, ya que algunas de estas propuestas son la base de este plan de comunicación.**

3. **Programación educativa:** enlaces a los horarios de programación educativa de TV3 y Catalunya Ràdio.
4. **Área de profesorado:** es un área interna para la cual se necesita un acceso.

4.3. Edu365.cat

Es la tercera de las redes vinculadas al Departament d'Ensenyament. Por la deficiencia que hemos encontrado en Google, que no en la propia página de Edu365.cat, es un servicio a través de la XTEC para integrar la comunicación, la informática y las herramientas multimedia en la educación para mejorar su calidad y acercar a padres, alumnos y profesorado. De hecho, este es uno de los objetivos de este plan de comunicación que, sin duda, podrá sacar partido a redes como esta. Lo que no queda claro es qué diferencia a Edu365 de la XTEC. Parece estar dirigida al mismo segmento, en su estructura incluye material para alumnos desde infantil a Bachillerato y formación profesional. Lo positivo en este caso es que el orden está más claro distribuido en etapas: infantil, primaria, ESO, Bachillerato y FP (no se subdivide en cursos).

En cada apartado de [Edu365.cat](#)⁸ encontramos material para cada una de las asignaturas:

1. **Infantil:** juegos interactivos; dibujar y pintar; música con videoclips infantiles, un cibercañonero, juegos musicales; actividades y más juegos para leer y escribir, cuentos, aprender las vocales, adivinanzas, poesía e identificar palabras;

⁸ Edu365.cat es otro portal del Departament d'Ensenyament para padres y alumnos, con noticias, agenda, novedades y apartados con material según el nivel educativo. Su web: <http://www.edu365.cat/>

2. **Primaria:** actividades y unidades interactivas para las áreas de lenguas catalana, occitana, castellana, francesa, inglesa; social y cultural, con actividades para conocer el gobierno, mapa de comarcas, juegos sobre prehistoria, material para aprender historia, geografía e historia natural, con información sobre salud, biodiversidad, anatomía y nutrición; matemáticas con actividades sobre geometría, para aprender a administrar un restaurante o planificar unas vacaciones; música donde encontramos herramientas para descubrir diferentes estilos musicales del mundo y a compositores como Mozart, juegos para identificar instrumentos, canciones tradicionales y estilos relacionados con el rock, ; virtual y plástica, con actividades sobre cómic, volúmenes, recursos sobre Tintín y cuentos elaborados con distintas técnicas.
3. **ESO:** A las materias anteriores se suman educación para la ciudadanía, tecnologías, educación física e historia y cultura de las religiones. En este caso la información y material que se ofrece para cada asignatura es más amplio.
4. **Bachillerato:** En este caso el material es mucho más extenso. La dificultad de la etapa va ligada a las propuestas educativas. Encontramos las distintas modalidades y materias, información sobre las pruebas de selectividad y estudios superiores, enlaces de interés, novedades y herramientas y utilidades como Wikipedia, Google docs, Picassa, Slideshare, GIMP o KINO. También se ofrece información adicional y general de interés como, por ejemplo, sobre el rescate a la banca española.
5. **Formación Profesional:** En este caso se nos redirige a la [página de la Generalitat de Catalunya](#) donde encontramos información oficial sobre ciclos, cursos, programas, convalidaciones, inserción laboral y normativa. Pero en este caso no se ofrece ningún tipo de material, ni información extra. NO se ha desarrollado igual que en los casos anteriores.

En las etapas de primaria y ESO se incluyen enlaces y accesos a apartados adicionales que se dividen en: *comunicación por signos*; *salud*, con información sobre enfermedades como la diabetes, de transmisión sexual, el alcohol, tabaco drogas y alimentación sana; *no te distraigas*, sobre circulación e higiene; *acogida*, con actividades para aprender mejor la lengua catalana, *seguridad* sobre buenos usos de internet y la seguridad en las redes; *celebraciones* tradicionales; *Oriéntate*, para encontrar el camino profesional.

Además, estas dos etapas también incluyen un escritorio con más material de soporte, desde traductor, diccionarios, mapas, el cuerpo humano y enlace a la Wikipedia; y novedades: actividades y más propuestas educativas de diversas materias.

En general, de las tres redes disponibles, Edu365.cat es la más completa en lo que a material educativo se refiere. Pero a las tres les falta mucho porque acaban siendo prácticamente un volcado de actividades, sin retorno, que es lo que queremos promover en la estrategia de red que empezamos a desarrollar a continuación.

5. Estrategia de red

En este apartado detallaremos la estrategia que seguirá el plan de comunicación, aportando las soluciones necesarias para conseguir los objetivos marcados.

5.1. Bases

Partimos de los objetivos marcados y del análisis de la situación actual que hemos analizado en el punto anterior y de la que extraemos aspectos positivos y negativos:

POSITIVO

- Tenemos una base sobre la cual trabajar.
- Tenemos unos contenidos que podemos incluir e insertar en el nuevo proyecto. El resto se tendrá que generar.
- Tenemos algunas ideas como el proyecto Clásicos a la romana que nos sirven de referencia para ilustrar el desarrollo que buscamos.
- Se ha intentado integrar el audiovisual pero con una visión limitada. Tiene muchas más posibilidades más allá del enlace.
- Podemos usar el crecimiento y desarrollo del proyecto para implicar a todas las partes.
- La Viquilletra y la Eduwiki.

NEGATIVO

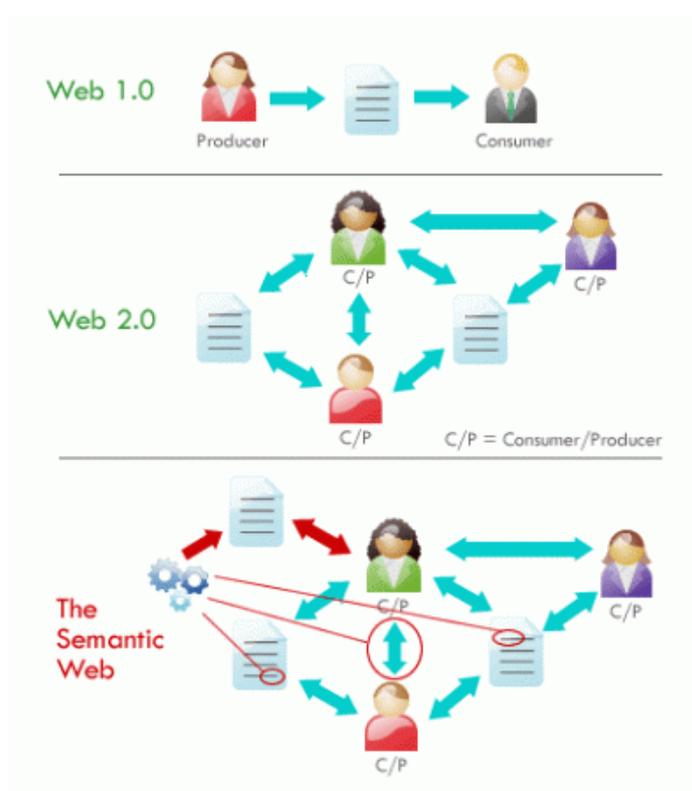
- Tenemos 3 redes educativas cuando todos los esfuerzos podrían dirigirse hacia un objetivo común.
- Tenemos contenidos repetidos y por separado cuando pueden vincularse entre sí y que la nueva red nos sugiera contenidos relacionados.
- La situación actual requiere de un gran desarrollo sobre todo en lo relacionado a la bidireccionalidad y compartición de contenidos, conocimiento y experiencias.
- La navegabilidad y usabilidad actual no son óptimas. Hay que segmentar el target dentro del sitio. Los contenidos están muy mezclados y no son claros.
- No se explotan las redes sociales en ningún sentido.

Estas son las bases sobre las cuales trabajaremos para desarrollar la estrategia de red. Proponemos unir las tres redes en una, desarrollar contenidos extra promoviendo la participación y bidireccionalidad. Esto requerirá de la colaboración y participación de todos los implicados en la generación y creación de contenidos.

Marcar una red y unos objetivos comunes nos hará ser más funcionales, obtener mejores resultados y comunicarlos de manera más eficaz y eficiente con las herramientas que el *social media* y la web 2.0 ponen a nuestra disposición.

5.2. Comunidad y comunicación: publicaciones, foros, blogs, galerías fotográficas, galerías de vídeo, redes sociales.

El salto al web 2.0 se entiende en el momento en que la comunicación deja de ser unidireccional (de arriba hacia abajo) y pasa a ser bidireccional y multidireccional (de abajo hacia arriba y en red). De esta manera el consumo cambia, el usuario no se limita a leer o consumir de la forma clásica sino que quiere participar y formar parte de los procesos de creación, quiere poder opinar, quiere ser respondido, en definitiva, quiere interactuar. Es de buenos gestores saber aprovechar a nuestro favor el conocimiento externo para mejorar nuestro producto y tener mejores resultados. Hay que integrar al usuario que deja de ser un consumidor para ser un *prosumidor* (productor + consumidor).



Fuente infografía: blog Jenaro Villamil⁹

De esta manera empezaremos a estructurar el proyecto y para ello tenemos que integrar en la web y en los flujos de trabajo de educadores y alumnos las herramientas 2.0 para comunicar más, mejor y de forma transversal.

⁹ Con esta infografía extraída de el blog de Jenaro Villamil queremos ilustrar el significado de la web 2.0 y sus posibilidades de colaboración, comunicación y viralidad. El artículo completo en: <http://jenarovillamil.wordpress.com/2011/11/03/la-web-3-0-y-la-web-semantica/>

-Publicaciones: en nuestra web se publicarán contenidos continuamente. Cada publicación tendrá la opción de ser comentada, compartida y votada. De esta manera sabremos si nuestras propuestas interesan o no, qué opinan los usuarios, si el material es suficiente o no, cuáles son sus aportaciones, cómo podemos mejorar, etc.

-Foros: Son una muy buena herramienta de debate y compartición de conocimiento y experiencias. Serán claves en una comunidad en que sus principales usuarios -los alumnos- ya usan herramientas así en sus relaciones personales. La mensajería digital es una forma habitual de comunicación entre los jóvenes.

En el caso de los foros, se crearán varios en función de su objetivo. Lo ideal es que cada asignatura de cada etapa de cada curso y de cada escuela (a partir de la ESO) tenga su foro para dudas de la asignatura y antes de cada examen. El foro será abierto pero sus principales usuarios serán el profesor de la asignatura y sus alumnos. Entre ellos expondrán y resolverán dudas, se propondrán debates y temas relacionados con las actividades de la asignatura. La participación en los foros puede ser un criterio de evaluación.

Los profesores también tendrán acceso a foros para compartir experiencias y materiales respecto a temas pedagógicos, educativos o incluso dudas sobre contenidos, formaciones, casos concretos que puedan encontrar en su escuela, ideas de proyectos, etc.

Lo mismo para los padres. Si queremos que se impliquen en la educación de sus hijos les tenemos que dar herramientas para consultas, dudas, que puedan comunicarse entre ellos y comentar sus propias estrategias educativas, experiencias, etc.

Entre profesores, dirección y padres también se pueden establecer canales de comunicación a través de las asociaciones de padres. Lo mismo entre los delegados de curso y el profesorado/dirección.

-Blogs: Son uno de los exponentes de la comunicación 2.0 y, por tanto, muy necesarios en nuestra estrategia de red. Actualmente en el mundo hay cerca de 140 millones de blogs. Según el estado de la blogosfera de 2011 publicado por Technorati, el 8% de los consultados están dedicados a empresas y van en aumento.¹⁰

Cada día se crean entre 120.000 y 150.000 nuevos blogs. Su crecimiento es enorme y entre los objetivos que conseguiremos con los blogs encontramos tres principales:

1. Mayor espacio para comunicar: permite que se puedan desarrollar ideas y opiniones que nos ayudarán a crecer y mejorar. Interactuación.

¹⁰ Más información en el blog Communities DNA <http://communitiesdnablog.com/2011/12/15/el-estado-de-la-blogosfera-2011-de-technorati/>

2. Hacer del blog un conector: el espacio para la reflexión atrae más participación, comunidad, genera opinión y eso mejora nuestra imagen.
3. Mejorar la imagen y el posicionamiento: la buena indexación que hacen estas plataformas permitirá que estemos en mejores posiciones en buscadores y que, por tanto, nuestras acciones y nuestros contenidos lleguen a más gente.

Además, los blogs no son sólo una muy buena herramienta para la reflexión, la opinión y la comunicación hacia el exterior, sino que al mismo tiempo son una muy buena herramienta de comunicación interna y corporativa. El lenguaje que se use tiene que ser coloquial porque en la estrategia 2.0 que planteamos hablamos constantemente de **conversaciones**.

La estrategia en blogs que se plantea en este plan de comunicación empieza en cada escuela. Como mínimo cada centro debe tener un blog donde encontraremos información sobre la escuela, sus actividades, reflexiones de profesores y alumnos. Incluso se pueden fomentar concursos entre los alumnos para que el mejor artículo sobre un tema a escoger sea el que se publique en el blog de la escuela. Un espacio de comunicación tanto interno como externo y que haga partícipes a los alumnos y que, tanto ellos como los profesores, sean sus principales valedores a la hora de fomentar visitas y comentarios. Los diferentes cursos se pueden segmentar a través de las categorías.

Además de lo que nos ofrece un blog a nivel de comunicación interna, externa, crecimiento y mejora, participación y colaboración, hay otros aspectos a tener en cuenta para implementar su utilización:

1. Son muy fáciles de crear, usar y alimentar de contenidos. No requieren conocimientos profundos de informática, ni programación y ni siquiera en lenguaje html. Sólo se necesita conexión a internet y conocimientos mínimos de navegación.
2. Esto hace que sean muy baratos. El coste es cero o muy bajo dependiendo de lo que se requiera.
3. Trabajar con blogs permite extender de forma sencilla la filosofía 2.0.

Aunque estamos hablando de blogs corporativos, esta estrategia de red no busca una finalidad económica ni de márketing, ni de relaciones públicas tal como se entiende en el mundo de los negocios el ROI (retorno de la inversión) que puede proporcionar una bitácora corporativa. En nuestro caso, la estrategia busca una finalidad social y comunicativa más allá del ROI.

En el estudio “Los blogs corporativos: una opción, no una obligación” del profesor de IESE Julián Villanueva, la colaboradora del e-business Center PwC&IESE y el doctoral de IESE Guillermo Armelini, leemos una reflexión relacionada con el mensaje de nuestra estrategia:

“El interés en los blogs como herramienta de comunicación coincide con la pérdida de credibilidad, y por tanto de efectividad, de los métodos de comunicación tradicionales. En unos mercados cada vez más fragmentados y con unos clientes cada vez más exigentes e informados (Hill, 2005), los nanomedios o

medios enfocados a una audiencia muy segmentada y específica se están erigiendo como la opción más efectiva para llegar a las audiencias. Los blogs son medios no invasivos y que permiten la participación del usuario.”¹¹

Los blogs son públicos y, por lo tanto, también lo serán los comentarios que susciten. Es aquí donde hay que saber encajar y contestar la crítica. No hay que considerarlo un tema menor, ya que un comentario sin contestar, borrado o con una mala respuesta puede afectar gravemente a nuestra organización. Las críticas siempre tienen que contestarse de manera humilde, hay que reconocer los errores si los ha habido y no hay que tardar en dar respuestas. Los blogs permiten esta agilidad a la hora de responder y a la hora de gestionar las crisis. Por eso son una muy buena herramienta de comunicación corporativa si se usan de forma correcta. El Departament de Ensenyament tendrá también su propio blog corporativo desde el cual difundirá artículos de interés para los usuarios.

-Galerías fotográficas: Son un complemento importante y aportan mucho contenido ilustrando sobre todo las acciones que llevan a cabo las escuelas. Las fotografías nos hacen más visibles, hacen que nuestro contenido sea más atractivo. Las fotos funcionan muy bien en internet y las redes sociales (hablaremos de ellas más adelante), enganchan.

Se puede crear una galería fotográfica por escuela y segmentarla por cursos. Con herramientas como Picassa, se pueden enlazar tanto en la web como en el blog de la escuela. Es importante buscar aplicaciones que no sean en Flash para que puedan ser compatibles con Iphone e Ipad.

Para los álbumes también hay que seguir una estrategia. De entrada tenemos que saber que nuestra audiencia principal en este caso serán los propios alumnos, sus padres y otros familiares. Las acciones de la escuela tienen que tener un seguimiento fotográfico a través de las galerías de fotos: fiestas escolares y celebraciones como carnaval, Navidad, Halloween o la Castanyada, excursiones, acciones de la comunidad, conferencias, visitas especiales y todo ello sin olvidar el día a día en la escuela. Hoy en día con un smartphone se pueden hacer fotos de buenísima calidad. De hecho, en la galería deberíamos añadir un apartado de fotografías hechas por los alumnos, motivar su participación con concursos y fomentar así su creatividad.

Para según que temas, la fotografía será un elemento fundamental en el blog a través de “crónicas en imágenes”. Este tipo de publicaciones también tienen muy buena acogida por su vistosidad.

-Galerías de vídeo: Hoy en día el vídeo es clave en la educación de los niños y los jóvenes. En nuestra estrategia de red lo entendemos como una herramienta básica en el proceso de aprendizaje. Los alumnos de ahora han cambiado y su atención no se distribuye de la misma manera y con la misma intensidad. No podemos pretender que un niño aguante una hora de

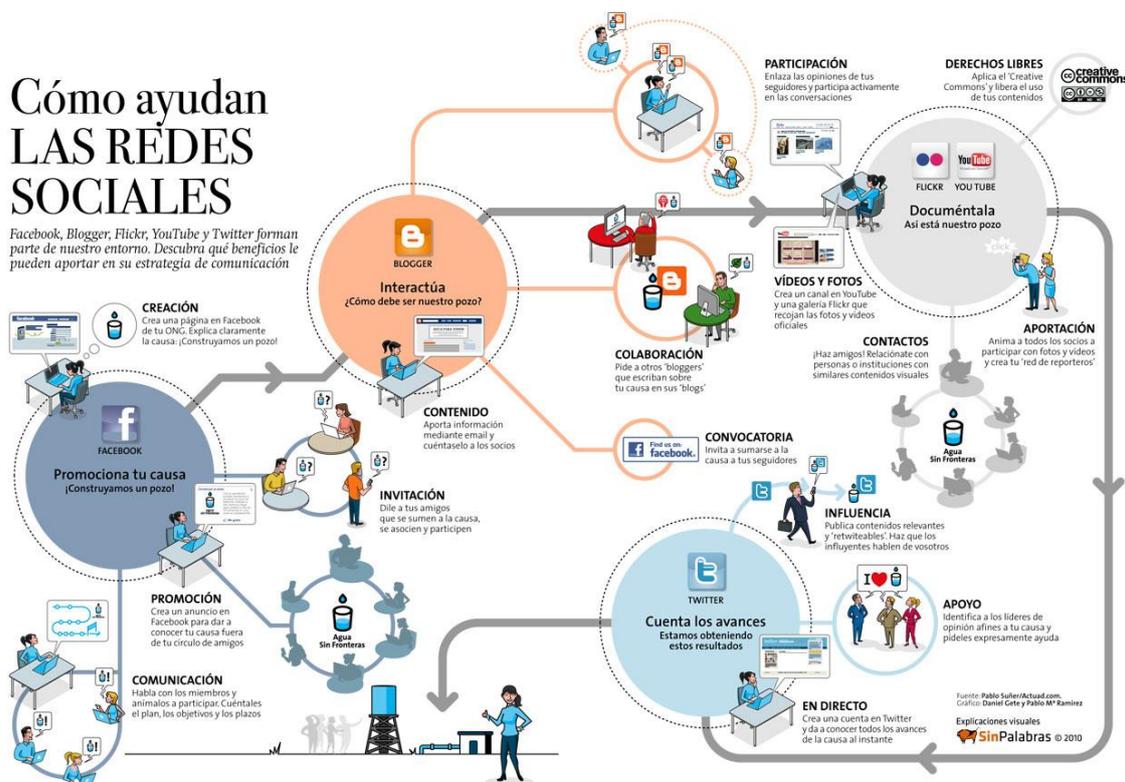
¹¹ Aced, Cristina; Armelini, Guillermo; y Villanueva, Julián (octubre de 2007), Los blogs corporativos: una opción, no una obligación, e-business Center PwC&IESE, disponible en:
<http://www.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-56.pdf>

clase teórica como antaño en el contexto actual en que la velocidad, los impulsos breves y el material audiovisual han ganado la partida a la reflexión y la profundización. El método tradicional no funciona, necesita ir acompañado de otros impulsos que aporten este plus de reflexión y análisis. Y eso se puede conseguir a través de las galerías de vídeo.

En el apartado de material que veremos más adelante (5.4) entraremos en el material audiovisual adicional para cada curso pero en el caso de las galerías de vídeo que también podemos enlazar en el blog, debemos fomentar la participación de los alumnos, que lo vean como un juego. Por ejemplo: que cuelguen vídeos sobre experimentos de ciencia, que graben reseñas de libros, etc. De esta manera también trabajan su expresión oral y son vídeos que, igual que las fotografías, pueden grabar con el móvil y que sirven como complemento formativo e informativo tanto a los alumnos de su escuela como de otras. En este caso, ellos mismos crearán la viralidad y moverán sus vídeos en la red.

Las galerías de vídeo también se deben usar como complemento en el caso de conferencias o clases especiales para que puedan disfrutarlas todos los alumnos indistintamente de si han podido asistir o no.

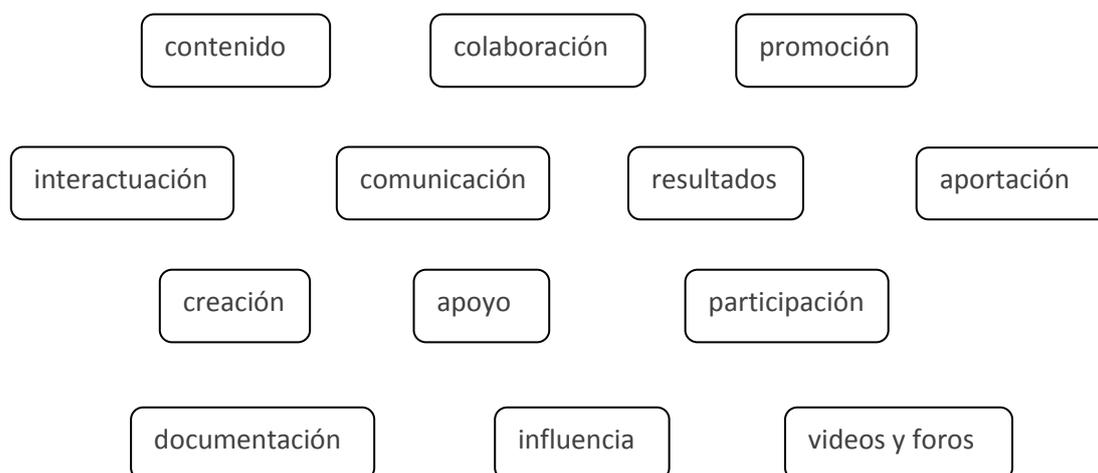
-**Redes sociales.** Son herramientas fundamentales en el 2.0. Antes de entrar en materia respecto a sus posibilidades, observemos esta infografía¹² a modo de introducción:



¹² Infografía que resume cómo las redes sociales pueden colaborar en nuestra estrategia de comunicación. Disponible en: <http://www.infografiasinternet.com/como-ayudan-las-redes-sociales-infografia/>

Esta infografía resume a la perfección lo que queremos conseguir con este plan de comunicación y que nos van a permitir las herramientas que proponemos, entre ellas las redes sociales.

Buscamos:



Además de los aspectos comentados en los puntos anteriores, las redes sociales serán uno de los ejes de nuestro proyecto. Antes de plantear la estrategia hemos hecho un breve análisis del caso concreto del Departament d'Ensenyament.

Empecemos por ver qué encontramos en twitter:

Nuestra audiencia potencial es de 2.455.459 personas, pero en caso de twitter descartamos alumnos de primaria y secundaria porque no son el perfil de esta red, contamos a padres y profesores y nuestra audiencia potencial en twitter se sitúa más bien en 1.658.054.

Teniendo en cuenta estas cifras y viendo las que tiene el Departament d'Ensenyament en la actualidad, el resultado no es bueno y hay que trabajar más esta red.

En datos: 4.757 tweets y 12.018 seguidores no es una buena cifra para la envergadura de esta "empresa" teniendo en cuenta que las escuelas públicas son un total de 3.271. Eso significa que hay mucho trabajo por hacer. No sólo deberíamos tener un seguidor por cada escuela, sino arrastrar a alumnos, padres y profesores hasta nuestro twitter.¹³

¹³ <http://en.twitter.com/ensenyamentcat>



Analizamos también el resultado en Klout: Actualmente nos situamos en un 56. Observamos también escuelas cuya influencia no llega ni a un 30 de klout, lo que significa que su actividad es escasa.



Otro de los parámetros que nos dicen si Ensenyament está haciendo un buen o mal uso de twitter es el número y el tipo de listas a las que está suscrita la cuenta. Sólo encontramos 6: Impuls de la lectura (5 miembros), perfils per cercar feina (23 miembros), institucions (27 miembros), entitats (18 miembros), gencat (22 miembros) i AMPA (20 miembros). Son pocas listas y muy pobres en miembros y, por tanto, en contenidos y viralidad.

En facebook los resultados no son mejores teniendo en cuenta que es al red social más popular. Facebook dice tener más de 900 millones de usuarios registrados activos. Si Facebook fuera un país sería el tercero del mundo, después de China (1.340 millones de habitantes) e India (1.170 millones de habitantes).¹⁴

En nuestro caso la audiencia potencial de Ensenyament en Facebook son profesores y padres pero tenemos que sumar a los alumnos de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos (descartamos

¹⁴ Son cifras de mayo de 2012 que encontramos en <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-05-18/facebook-en-datos-y-cifras#axzz265t3XH2A>

a los alumnos de infantil y primaria que lógicamente no son usuarios). Todos suman 1.928.208. Pero en Facebook Ensenyament sólo tiene 2.272 “me gusta”. Es una cifra demasiado escasa.¹⁵



Pero si analizamos el uso que hace Ensenyament de esta red social, entendemos el porqué de estas cifras: sigue siendo unidireccional y con una frecuencia irregular. En agosto y septiembre no se puede abandonar así la red. La última publicación es del 2 de agosto (lo estamos consultando a fecha 10 de septiembre). El aspecto es de un solar...



Delante de este panorama, la estrategia del Departament d'Enenyament en redes sociales debe dar un giro de 180 grados.

Utilizaremos principalmente 2, que son las redes de máximo uso: **Facebook y Twitter** (luego veremos dos más complementarias). Las dos deben usarse como una ventana abierta y libre de “atención al público”, que nuestra audiencia las use para hacer preguntas, consultas, para

¹⁵ <http://www.facebook.com/ensenyamentcat>

quejarse si hace falta y siempre hay que responder. Hay que prestar mucha atención a nuestros “usuarios”, estar pendientes de sus necesidades, somos un servicio y tenemos que ofrecer el máximo. Este tipo de uso también hará que controlemos lo que se dice de nosotros y podamos contrarrestarlo con acciones en positivo.

Al margen de esta función básica de atención al público, Facebook y Twitter se deben usar de forma diferenciada en otros casos porque se dirigirán a objetivos distintos:

- 1. Facebook:** Es una red mucho más masificada. La utilizan 900 millones de personas y de todas las edades. Podríamos decir que es más universal y, por tanto, con Facebook llegaremos a más gente. También es la más usada por los jóvenes y esta premisa es básica para plantear qué tipo de contenidos viralizamos y proponemos a través de Facebook. Tendremos que hablar de temas que les interesen y en que puedan participar. No sólo debemos usar Facebook para volcar contenidos, utilicémoslo para proponer actividades, valorarlas, para plantear preguntas y generar conversaciones, para preguntarles qué les interesa, qué les gustaría, qué les preocupa. A la hora de alimentar nuestra página de Facebook hay que tener en cuenta todos estos aspectos y otros como la promoción, la integración en nuestra web, y la gestión y moderación (que trataremos en el punto 8.1 sobre el equipo necesario para el proyecto).¹⁶ En esta línea tendrá que trabajar cada escuela porque en Facebook se darán cita alumnos, profesores y padres de cada centro educativo. El uso de Facebook en este sentido podrá hacer que todos se sientan parte de un colectivo y se propicie así su participación y colaboración.

En lo referente a la promoción, en cuanto el proyecto salga adelante y esté en marcha hay que trabajar en una gran campaña de comunicación en medios tradicionales (prensa, radio y televisión) y también en blogs, así como sugerir contenidos en buscadores para tener presencia y atraer seguidores a través de todo lo que ofrecemos. Hay que atrapar por nuestra razón de ser, hay que hacerse válido por el contenido, no por el contenedor. También habrá que tener en cuenta que la campaña en medios tradicionales no servirá del mismo modo para los bloggers, a los que hay que atrapar y poner de nuestro lado con propuestas más directas en función de su contenido, sabiendo perfectamente a quién nos dirigimos y porqué. Esta estrategia requiere de un análisis exhaustivo de nuestros “hubs” o enlaces de influencia (las herramientas para hacer este análisis las trataremos en el punto 7).

En el caso de la integración, nuestra presencia en redes sociales –y aquí incluimos también Twitter- debe plantearse como un complemento al contenido de nuestra web, como una ventana de diálogo y conversación.

¹⁶ Leemos las 11 consideraciones sobre el uso de Facebook en la Administración Pública en el blog de Carlos Guardián K-Government: <http://www.k-government.com/2012/01/10/11-consideraciones-sobre-el-uso-de-facebook-en-la-administracion-publica/>

Para el uso de Facebook nos podemos fijar también en el que le dan las empresas porque los conceptos básicos como la transparencia, el valor, las respuestas y la paciencia son claves para que nos funcione¹⁷.

- 2. Twitter:** Es una red más sofisticada y todavía no tan mayoritaria en lo que a edades se refiere. No permite profundizar tanto como Facebook porque el éxito de twitter se debe a la rapidez, a los titulares, a la información, a publicaciones instantáneas y a pertenencia a un colectivo con intereses en común, por eso la existencia y el fomar parte de listas temáticas. Lo que sí permite Twitter es una gran viralización de nuestros contenidos a través de retweets (RT) i recomendaciones (+1RT o +1000RT) que Google valora y, por tanto, hacen que nos posicione mejor. También nos permite incluir enlaces, fotos y vídeo para completar el contenido que proponemos.

Sobre el uso de twitter en las administraciones públicas, encontramos las recomendaciones de Carlos Guardián en su blog k-government a raíz de leer y adaptar "*10 examples how to Local Government can use Twitter*". Guardián recopila 10 ejemplos del uso de Twitter pero puntualiza que como todo tiene que ver con internet y la tecnología, sus limitaciones dependerán de la imaginación de quienes ponen en marcha el uso de esta red. Entre los 10 ejemplos que nos sugiere, leemos como propone Twitter como "canal ideal para difundir de forma más rápida sus contenidos y generar más impacto haciendo que sus propios lectores se hagan eco del contenido mediante RT's"¹⁸. De ahí la importancia de fidelizar y tener "*hubs*". Twitter también es un canal rápido para publicar nuestras noticias y eventos, y llegar directamente a la ciudadanía sin intermediarios. Puede usarse también para ofrecer empleo y para promover la participación, que es uno de nuestros principales objetivos para lograr la educación colaborativa.

Para sacarle el mayor provecho a Twitter hay que trabajar bien las listas. Estas nos permiten organizar a nuestros *followers* por temáticas o grupos y saber y transmitir las últimas novedades de los temas de interés. La listas pueden ser públicas o privadas, en nuestro caso siempre serán públicas de acuerdo con nuestra filosofía y estrategia.

Hay que empezar creando las listas que nos interesen y luego visitando uno por uno los perfiles de los usuarios que queremos agregar. Además, las listas pueden seguirse a través de móvil, web y RSS con programas o servicios como Google Reader. Twitter permite un máximo de 25 listas con 500 miembros máximo por lista¹⁹. De modo que

¹⁷ Los consejos completos para empresas en Facebook los podemos leer en <http://www.muypymes.com/2011/08/31/consejos-empresas-facebook>

¹⁸ Podemos leer los 10 ejemplos de cómo las AAPP pueden utilizar Twitter en: http://www.k-government.com/2010/11/26/10_ejemplos_de_cmo_las_aapp_pueden_utilizar_twitter/

¹⁹ Podemos leer más sobre el uso de las listas de Twitter en: <http://www.ticbeat.com/general/como-usar-listas-twitter/>

tendremos que tener muy claro como dividimos nuestras listas. Proponemos hacerlo siguiendo la filosofía que nuestra plataforma de contenidos: por etapas educativas, asociaciones de padres y profesores. A partir de aquí, tendremos que hacer que cada escuela pública tenga una cuenta Twitter para agregarlas a nuestras listas. En nuestras listas también deberemos añadir a líderes de opinión del sector para darle notoriedad a nuestro contenido.

Trabajaremos por tanto, mayoritariamente con Facebook y Twitter, pero añadiremos una tercera red, que no será de uso habitual y de cara al público sino que utilizaremos más bien como canal de comunicación con los alumnos en caso de necesidad, en la línea de un “teléfono de la esperanza”. Hablamos de:

- 3. Tuenti:** No es actualmente una red tan abierta como las dos anteriores pero es una red de comunicación entre gente joven, es su espacio. Es una plataforma privada para mayores de 14 años.²⁰ Lo que venimos a decir respecto a Tuenti es que los alumnos, a los que nos dirigiríamos exclusivamente a través de esta red, nos pueden ver cómo unos intrusos si los bombardeamos a contenidos, lo que no significa que no debamos estar presentes por si nos necesitan o quieren hacer alguna consulta, ya que los menores son un colectivo muy vulnerable en la red.

Tuenti también nos puede servir a nivel educativo para promover la seguridad en el uso de las redes sociales. Consultando el blog de la red, encontramos muchas posibilidades al respecto. Tuenti lleva tiempo trabajando con diversas instituciones en este sentido, un esfuerzo que han plasmado en un vídeo divulgativo de 12 minutos y que ponen a disposición de los usuarios, profesionales de la educación y padres de alumnos: http://youtu.be/_8GDpGs4cEc²¹

En este vídeo nos hablan de la identidad digital y la seguridad de los datos en redes sociales. Charo Sábada es miembro del Safer Internet Program de la Comisión Europea en la Universidad de Navarra y nos dice que:

*“Tenemos que entender cuáles son las razones que hay detrás del uso que hacen los menores de las redes sociales” y destaca principalmente dos: la primera es que “las redes sociales ofrecen a los menores una solución a una necesidad propia de la edad que tiene que ver con la socialización, de modo que el menor encuentra una herramienta a la que tiene fácil acceso que le permite estar en contacto con sus amigos. De modo que **las redes sociales serían una herramienta contemporánea a una necesidad universal**. La segunda razón por la que los menores se encuentran cómodos en las redes sociales es porque les proporcionan espacios de intimidad, donde pueden compartir con sus amigos cosas, elementos, información, **comentarios al abrigo de miradas ajenas, adultas sobre todo.**”*

²⁰ El decálogo de Tuenti en: <http://corporate.tuenti.com/es/legal-decalogue>

²¹ Es el vídeo que la misma red Tuenti pone a disposición de las escuelas sobre el uso de la redes sociales.

Según Carmen Navarro, profesora de informática de secundaria:

*“El paper del educador hoy en día es fundamental para ayudar al alumno cuando entra en una red social, sobre todo, me parece que los padres deben conocer un poco cómo sus hijos entran en las redes sociales, ayudarlos en ese perfil digital que ellos se crean, el educador por supuesto también, de manera que el alumno/hijo no se encuentre solo cuando navega por internet y sepa, sobre todo, qué es un perfil digital, qué problemas puede tener cuando entra en una red social, cuál es la privacidad de sus datos o cómo mantener esa privacidad y **acompañarlo digitalmente**, que no se encuentren perdidos cuando entran en la red social”.*²²

Como complemento a nuestra estrategia en redes sociales deberemos tener en cuenta una última:

- 4. You Tube:** Es el portal de vídeo por excelencia y que ha protagonizado un crecimiento exponencial sobre todo desde que lo adquirió Google, lo que nos posicionará mejor si lo utilizamos. En este caso proponemos la creación de un canal propio en You Tube para colgar nuestros vídeos. Tenemos que tener en cuenta la protección al menor a la hora de usar esta red y el permiso de los padres para colgar vídeos donde aparezcan sus hijos. Así que en el canal You Tube de Ensenyament encontraremos tanto campañas informativas, consejos pedagógicos en vídeo, así como actividades que organicen las escuelas y que queramos viralizar como conferencias, trabajos escolares, y los tan populares *lipdubs* que, al fin y al cabo, también son una forma de dar a conocer nuestro sistema y nuestros centros²³.

Además de nuestro propio canal, nuestra plataforma educativa deberá integrar You Tube para proponer contenido adicional, ya que actualmente los jóvenes prestan más atención soportes audiovisuales. Por ejemplo, ahora que You Tube va a dedicar un canal a documentales, integrarlos para explicar temas históricos o científicos.

En conclusión, debemos estar presentes en la red de forma comunicativa, accesible, colaborativa, interactuar y fomentar la participación para ofrecer un mejor servicio, mejores contenidos y conectar con la realidad y las necesidades de la educación pública y sus usuarios. La red nos permite además presentar a los alumnos los contenidos de una manera más creativa y atractiva.

Potenciando al máximo todas las herramientas que hemos presentado en este punto y de la manera que se propone alcanzaremos sin problemas estos objetivos. Hay que tener en cuenta que todas estas herramientas necesitan alimentarse a diario y requieren de un seguimiento exhaustivo.

²² Más información en el blog de Tuenti: <http://corporate.tuenti.com/es/blog>

²³ Cada vez son más las empresas que usan You Tube. Encontramos información en: <http://www.redempresariosvisa.com/IdeasCenter/Article/youtube-mejor-herramienta-digital>

5.3. Aprender unos de otros (espacios de colaboración): alumnos, profesores y padres

Es un punto esencial en el que también confluyen los anteriores. Lo que buscamos desde el principio es el trabajo y la comunicación colaborativa en red.

Tal como podemos leer en el libro *Macrowikinomics*, de Don Tapscott y Anthony D. Williams:

“los modelos convencionales de creación de valor resultan insuficientes y, en algunos casos, totalmente inadecuados, en la nueva era de la inteligencia en red. La innovación colaborativa, por ejemplo, está acabando con la estricta mentalidad de “planifica y presiona” que se impartía en las escuelas de negocios”.

Una sentencia totalmente adaptable al modelo de educación pública tradicional que hay que romper para siempre adecuándola a los nuevos tiempos y nuevas necesidades. Si hablamos de innovación y de cambiar el mundo, debemos empezar por uno de los pilares de la sociedad: la educación. Tenemos que tener en cuenta que el libro se basa en lo que ocurre en los Estados Unidos y que en el sur de Europa vamos todavía muy por detrás de estos avances.

Para podernos sumar a la evolución y la innovación hay que establecer cuáles son las claves de las organizaciones colaborativas en un modelo de red global²⁴ y que relacionaremos con la educación pública:

1. **Colaboración:** se pueden lograr muchas más cosas trabajando de una forma horizontal y en red que en una organización que trabaje de forma aislada y como “una torre de marfil”.
2. **Apertura:** se asocia con la franqueza, la transparencia la libertad, la flexibilidad, el carácter expansivo, la participación y el acceso.
3. **Uso compartido de recursos:** hacemos públicos nuestros recursos porque somos una estructura abierta y colaborativa y los hacemos por el bien común. De manera que los que conseguimos haciéndolos públicos es que nos sugieran mejoras que podamos integrar para dar un mejor servicio. Leemos de nuevo en *Macrowikinomics*:

“las instituciones educativas comparten sus programas de uso pedagógico (...) es necesario hacer muchas cosas muy rápido, y para ello resulta esencial compartir los recursos -afirma Dave Witzel, del Fondo para la Defensa del Medioambiente.- Esto significa que se requiere cada vez más el uso compartido de los recursos dentro de las empresas, entre empresas, entre el sector privado y el sector público, y más allá de las fronteras nacionales.”

²⁴ Tapscott, Don; D.Williams, Anthony (octubre de 2011), *Macrowikinomics: nuevas fórmulas para impulsar la economía mundial*; primera edición, Ed. Paidós; cap. 2: Los cinco principios de la inteligencia en red; págs 41 a 59.

4. **Integridad:** Actuar de forma transparente, honesta e íntegra nos dará mejores resultados, seremos una institución de la confianza de nuestros usuarios que en un momento de crisis se pondrán de nuestro lado y nos ayudarán a superar y afrontar nuevos retos.

5. **Interdependencia:** Trabajar de este modo nos permitirá ser más transversales, estables y sacarle partido a las conexiones que establezcamos.

Para lograr el desarrollo de estas cinco claves que nos ofrece Macrowikinomics, debemos crear los espacios para que se empiecen a desarrollar. Al margen de todas las herramientas públicas propuestas en el punto anterior 5.2 y que son básicas para estos propósitos, habrá que crear espacios colaborativos internos de trabajo en red.

Alumnos, profesores y padres se ven muchas veces envueltos en conflictos educativos que no tratarán en un inicio de forma pública. Pero eso no significa que debamos permitir que estos conflictos, que generan muchas dudas, se queden dentro del aula o dentro de casa. Con herramientas como foros internos podemos comentar y pedir ayuda sobre situaciones pedagógicas que necesitemos resolver en el día a día.

La pérdida de valores provoca en muchos casos situaciones educativas de difícil resolución si los profesores, padres y alumnos no reciben una ayuda externa pedagógica y psicológica. A través de estos espacios colaborativos alumnos, padres y profesores pueden encontrar apoyo, consejos y comentarios para superar ese tipo de situaciones; también en positivo para encontrar claves educativas más atractivas para los alumnos, éstos pueden compartir técnicas de estudio, etc. Podemos fomentar así el trabajo colaborativo y transversal para una mejor educación.

Las conclusiones de estos trabajos colaborativos internos si se pueden exponer públicamente una vez resueltos, por ejemplo, en forma de post en un blog.

5.4. Material

En el punto 4 hemos presentado un análisis de la estructura actual de las redes educativas XTEC, Edu3.cat y Edu365.cat. Hemos visto que son plataformas todavía muy unidireccionales y que presentan contenidos variados pero de forma desordenada y sin que confluyan entre ellos.

En la nueva plataforma educativa que proponemos, estos contenidos deben vincularse entre sí y ofrecer todavía más. La plataforma debe ser **más navegable e inteligible** para encontrar el material de forma fácil, a la vez que nos sugiere contenidos relacionados que puedan ser del interés de cada usuario. Todos los programas de divulgación de la radio y la televisión públicas también pueden incluirse.

Para ello proponemos estructurar el material por etapas educativas subdivididas por cursos y asignaturas, para que sea más fácil para el usuario encontrar lo que busca.

En cada apartado iremos destacando contenidos pero en cada asignatura deberemos encontrar el material de estudio, referencias bibliográficas, proyectos relacionados, vídeos vinculados y otros sugeridos, enlaces de interés, etc, de forma que siempre se encuentren elementos que permitan al alumno profundizar de forma atractiva en los contenidos de cada asignatura.

Por ejemplo: si en la asignatura de historia de cuarto de ESO hablamos de la Guerra Civil Española, en la web no encontraremos solamente un texto infinito sobre el tema que complete las explicaciones del aula, sino que además de un texto en el que se permitirán preguntas y comentarios de forma abierta y comparticiones, nos ofrecerá por ejemplo un pequeño documental sobre la Guerra Civil adecuado a nuestra edad (que los hay), podcast de por ejemplo una entrevista a un experto en un programa de radio, un enlace a una galería de fotos y una sugerencia a visitar el museo Reina Sofía, su enlace correspondiente a GoogleProject que permite una visita virtual al mismo (<http://www.googleartproject.com/collection/museo-reina-sofia/>) y una explicación complementaria del Guernika de Picasso, así como lecturas recomendadas como Soldados de Salamina, de Javier Cercas.

En la misma línea, antes de un examen o de la entrega de un trabajo, se propondrán **tutorías virtuales** con el profesor de la asignatura para plantear y resolver dudas conjuntamente, mientras los alumnos podrán trabajar paralelamente en el **foro de los alumnos** para prepararse el examen o trabajo. Estos canales virtuales de comunicación entre profesores y alumnos que se crearán a través de la plataforma educativa son positivos para evitar situaciones delicadas que ya se han producido entre profesores y alumnos en conversaciones privadas en redes sociales como Facebook y que pueden provocar malentendidos o situaciones comprometidas. Este modelo también es válido para los Ciclos Formativos de Grado Medio que actualmente no tienen ninguna web ni red propia a diferencia del resto, es como si la Generalitat los hubiera descuidado y los traslada directamente a un apartado de la

web del Departament de Ensenyament. De todos los cursos encontraremos simulacros de exámenes que serán especialmente importantes para los alumnos que preparen las pruebas de acceso a la Universidad.

El modelo de educación en red y colaborativa es sobre el que vamos a trabajar para ofrecer **educación transversal**. Todo este material será completamente público. De este modo, los padres podrán integrarse de nuevo sin problemas en la educación de sus hijos y **los alumnos también podrán sugerir material adicional**. Es decir, si un alumno visita una exposición, ve un programa de televisión o lee un libro relacionado con una asignatura, podrá sugerir un enlace a sus compañeros y que lo comenten de forma abierta.

Al margen del material, padres y alumnos tendrán otro acceso privado para consultar notas, que también estarán colgadas en la red. Los profesores tendrán otro tipo de acceso al gestor de contenidos para introducir material de trabajo e información complementaria.

En el caso de **la educación infantil**, se propondrán juegos interactivos para que niños y padres trabajen en casa juntos, a la vez que se sugerirá material pedagógico a los padres y consejos educativos.

Todo este material también se podrá completar con **juegos interactivos de cultura general** como Trivial o la aplicación online del programa de deletreo “El gran dictat” en los que se establezcan ránquings por puntuación para fomentar la competitividad sana entre nuestros usuarios.

Un apartado a parte merecerá el dedicado a **la integración**. En los últimos años los alumnos inmigrantes han aumentado y Catalunya es una de las comunidades con uno de los porcentajes más elevados, llegando al 30% en algunos centros. Además, en la enseñanza pública el número es más elevado. En el estudio “Escuela e inmigración: ideas y realidades”, de Julio Carabaña para la Fundació Jaume Bofill-Universitat Oberta de Catalunya, cuando el porcentaje de alumnos inmigrantes supera el 20 y el 30% el aprendizaje disminuye en unos 20 puntos²⁵.

Por lo tanto, lo que debemos hacer es darle a los alumnos inmigrantes más herramientas para trabajar también fuera del aula. Tendrán un apartado dedicado a integración con material de aprendizaje adicional lo más interactivo posible para fomentar el interés por el sistema escolar y, sobre todo, para el rápido conocimiento del idioma. Se les plantearán ejercicios virtuales de corrección instantánea y también foros para dudas y consultas. De este modo, la enseñanza virtual podrá ayudar a fortalecer el sistema educativo. En este sentido, nuestra plataforma deberá estar estrechamente ligada a las propuestas culturales para darlas a conocer a todos los alumnos para su integración.

²⁵ Carabaña, Julio; Escuela e inmigración: ideas y realidades; marzo de 2009; Fundació Jaume Bofill; Universitat Oberta de Catalunya; www.debats.cat:
http://www.debats.cat/cat/2009/carabana/documenta/carabana_esp_debats.pdf

5.5. Actividades (online y offline)

El hecho de crear una gran plataforma educativa en red y en la red no significa que dejemos de lado las actividades tradicionales offline, sino que debemos integrarlas para conseguir más difusión de las mismas. Si una escuela trae un ponente para hacer una conferencia, se podrá ofrecer en streaming y también se grabará en vídeo para colgarla luego en la red y que todos la puedan disfrutar, pertenezcan o no a esa escuela.

La creación de foros de uso interno para padres, profesores y alumnos no significa que se limiten a tener una relación virtual sino que de esas conexiones que se establezcan pueden surgir jornadas de encuentro offline.

En este sentido, tenemos que tener en cuenta que la educación también se basa en las relaciones humanas y personales, y que la existencia de una plataforma educativa en red no tiene que hacer sombra al contacto real.

Mantendremos la Eduwiki y la Wikilletra, ya que son sistemas educativos y de colaboración que generan los propios alumnos y que son de gran interés para nuestro proyecto. Eso sí, tendremos que mejorar su interficie y su presentación, y adecuarlos al diseño global del portal.

Otro apartado importante es el soporte digital a las campañas educativas de información y prevención: drogas, sida, educación medioambiental, reciclaje, solidaridad, etc.

5.6. Enlaces (bibliotecas, universidades, formación profesional y escuelas de idiomas)

Para que la plataforma educativa sea completa, debe ofrecer a los usuarios enlaces educativos de interés. Sin tener que hacer grandes búsquedas en internet, nuestro deber es proporcionarles los enlaces que necesitan a bibliotecas por zonas y ciudades, así como información amplia sobre sus posibilidades de futuro en lo que a estudios se refiere.

Como hemos visto, ahora mismo la información es muy dispersa. Aunque nuestra plataforma llegue hasta Bachillerato y Ciclos Formativos Grado Medio, nuestros alumnos se están formando para alcanzar estudios superiores y necesitan orientación en ese sentido. Así que les proporcionaremos enlaces a todas las Universidades públicas y privadas, y a centros de Ciclos Formativos de Grado Superior. También se pondrá a su disposición un servicio de orientación virtual para esclarecer dudas sobre estudios superiores. Se pueden fomentar encuentros en red con diversos profesionales de distintos ramos de interés para los alumnos para que conozcan las profesiones y les sea más fácil escoger qué camino seguir.

Los idiomas son básicos en la enseñanza actual y también merecen un lugar destacado los enlaces a escuelas de idiomas para propiciar la formación de nuestros alumnos en este campo. Se incluirán también enlaces a cursos de idiomas en el extranjero, colonias en otros idiomas, etc para facilitarles también a los padres la búsqueda de estos cursos.

5.7 Información general (Ensenyament)

Si en la actualidad queremos acceder a información general sobre la educación pública en Catalunya, como datos de escolarización actualizados, cantidad y calidad de escuelas públicas, perfiles de profesores, no hay ninguna web donde encontremos de forma clara toda esta información. Sólo tenemos el portal de la Generalitat²⁶. En nuestro plan de comunicación proponemos que se integre en la plataforma educativa para que desde el mismo sitio se tenga acceso a la información de interés general sobre la educación pública, los acuerdos del gobierno que la afecten, información sobre nuevos proyectos y todos los datos referentes al departamento como, por supuesto, los presupuestos.

Este apartado dentro de la plataforma educativa no podrá seguir la tónica de la página actual del Departament de Ensenyament, que también tiene un perfil absolutamente unidireccional, sino que se adecuará a la filosofía del portal y que todas las noticias puedan ser comentadas o compartidas y que se puedan hacer consultas virtuales. También sería ideal que se incluyera un apartado con los perfiles del profesorado y sus enlaces a su perfil profesional en LinkedIn, así como una bolsa de trabajo y disponibilidad de profesores para sustituciones.

5.8 Campañas

Como ya hemos avanzado en un punto anterior, el lanzamiento de esta nueva plataforma educativa necesitará de campañas en diversos sentidos.

1. **En You Tube.** Se preparará un tutorial a modo de vídeo que se colgará en You Tube. Nuestra filosofía desde el principio es la potenciación de la verdadera educación pública, por tanto, el tutorial seguirá la misma línea y se podrá encontrar fácilmente en la red social de vídeo más importante (en nuestro canal You Tube). El vídeo también estará insertado en nuestra web. Lo debemos tener antes de empezar las formaciones y presentaciones.
2. **En las escuelas:** Cada escuela se encargará de la formación de sus alumnos y profesores en el uso de la plataforma. Será muy intuitiva y navegable, así que no se necesitará demasiado tiempo. Para los padres de los alumnos se hará una presentación por curso aprovechando las reuniones de padres al inicio del curso escolar.
3. **En los medios de comunicación tradicionales:** El departament de Ensenyament a través de su departamento de prensa informará a los medios tradicionales del lanzamiento de esta innovadora plataforma educativa pública. De entrada no necesitaremos invertir en una campaña publicitaria porque el hecho en sí mismo es noticiable y antes de la publicidad tradicional, que es muy cara, nos interesa que la

²⁶ Portal web del Departament d'Ensenyament: <http://www20.gencat.cat/portal/site/ensenyament>

prensa se haga eco en profundidad del trabajo en pro de una educación pública moderna y de calidad para situar a Catalunya por delante del resto de autonomías en materia educativa. Se preparará una demostración/rueda de prensa para todos los medios en una escuela pública media y se darán entrevistas a todos los medios posibles de prensa, radio y televisión (informativos y programas). Ellos son nuestra forma de llegar al gran público, ya que la mayoría de la población continua usando los medios de comunicación tradicionales para estar informados.

- 4. En las redes sociales:** Usaremos nuestra ya renovada estrategia en redes sociales para difundir la plataforma, sus posibilidades y objetivos de manera atractiva y creativa. Pediremos a nuestros usuarios que nos hagan llegar sus dudas y comentarios para mejorar su usabilidad en el día a día. Que las dudas y comentarios nos lleguen de forma pública a través de redes sociales, aunque sean críticas, nos proporcionará la transparencia y honestidad que buscamos a través de estos canales.

Tanto en este punto como en el anterior se irá informando de la evolución y resultados de la plataforma educativa.

- 5. RSS:** Estará disponible en nuestra web para que los que lo deseen estén informados de nuestras noticias sin que les tengamos que bombardear a información y evitar convertirnos en un SPAM.
- 6. En la blogosfera:** Aquí el trabajo será más exhaustivo. A los bloggers no se les puede tratar del mismo modo que a los medios tradicionales. Hay que dirigirse a ellos de forma individual porque es importante para nuestra imagen y prestigio, ya que que si apostamos por la filosofía colaborativa, el 2.0. , la transparencia y las nuevas tecnologías, ellos deben comprobar que es así en nuestro trato con ellos. Cuando te diriges a un blogger es porque conoces su trabajo, has hecho un seguimiento y has comprobado que estará interesado en nuestro contenido. Este es el trabajo previo que deberemos hacer para identificar a nuestros *hubs* en la blogosfera.

A posteriori podemos organizar encuentros con ellos para hablar de la plataforma y de sus necesidades. Este tipo de encuentros siempre funciona bien si conseguimos una buena red de hubs en la blogosfera y la cuidamos. Un error en este sentido puede ser fatal para nuestra imagen porque, al fin y al cabo, los bloggers pueden ser potentes líderes de opinión y su influencia crece a diario, hasta el punto que muchos medios tradicionales se nutren de lo que ellos publican.

Entre nuestros bloggers de influencia habrá muchos docentes y por tanto nos servirán de mucha ayuda para ir introduciendo mejoras en nuestra plataforma. Este es un aspecto que debemos explicarles desde el principio, que sientan que son importantes para nosotros y para el sistema educativo porque queremos trabajar con ellos y extender la filosofía colaborativa a la blogosfera.

- 7. Otros hubs:** Además de los bloggers, que serán muy importantes en la evolución de nuestro proyecto y nuestro plan de comunicación, tenemos que definir otros líderes de opinión o *influencers* que nos interesa que también estén de nuestro lado para comunicar más y mejor nuestro trabajo y objetivos. Este es un trabajo que nos llevará de 3 a 6 meses (contando también la indentificación y seguimiento de los bloggers) y que debemos realizar antes de empezar a definir y lanzar nuestras campañas de comunicación. Lo ideal es que lo vayamos trabajando paralelamente al desarrollo de la plataforma.

Entre nuestros *hubs* no sólo habrá bloggers, profesores, políticos y periodistas especializados, sino también asociaciones de padres. Tendremos que realizar, como apuntábamos en el punto anterior, acciones offline con nuestros *influencers* y, por tanto, tendremos que destinar recursos a estas acciones.

- 8. Usuarios valiosos:** Una vez hayamos puesto en práctica el proyecto, habrá quien participe más en él, quien pase más tiempo haciendo uso de la plataforma, comentando y aportando contenido. A esos usuarios se les debe reconocer el esfuerzo porque una de las claves del proyecto es que se construya y se nutra del uso y el contenido de nuestra audiencia. Se deberán, por tanto, diseñar acciones para premiarlos y así incentivar también el crecimiento de los mismos. Entre los premios tiene que haber cierta variedad para cubrir todos los gustos, así que se pueden incluir desde un fin de semana en Eurodisney, matrícula gratis en cursos de inglés, entradas gratis a espectáculos, al cine, etc. Para tener un buen número de premios se deberán buscar intercambios y así minimizar el gasto.

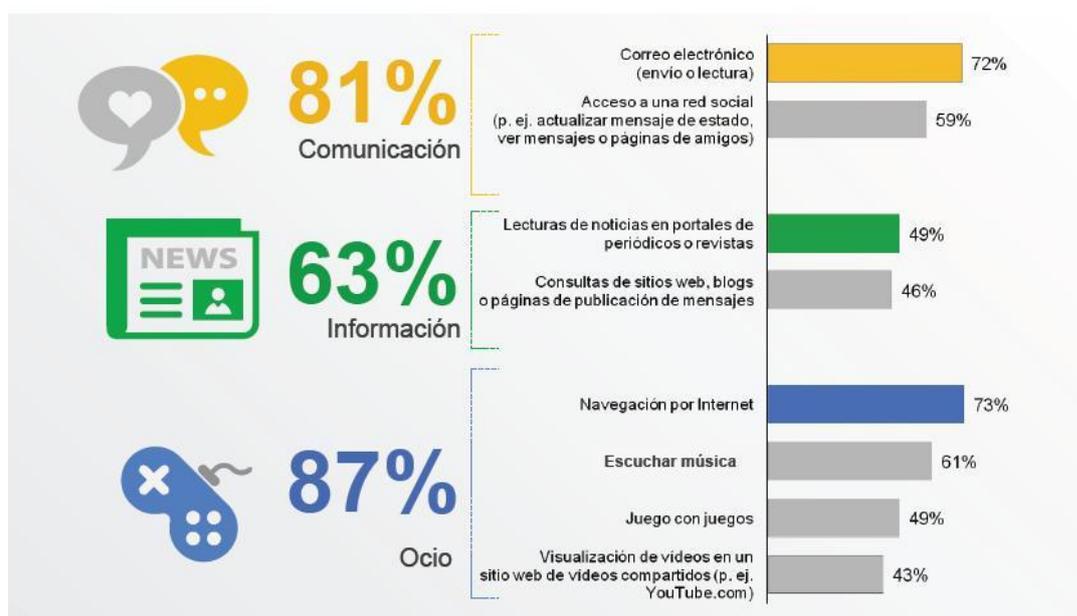
Es importante destacar también en el uso que hagamos de nuestros blogs y redes sociales la importancia de enlazar para ser enlazado, ya que conseguir enlaces es clave para mejorar nuestro posicionamiento en buscadores.

6. Estrategia móvil: comunicación rápida y eficaz

El smartphone ha revolucionado el consumo de información y contenidos en todos los sentidos. Nuestro proyecto pivota sobre el contenido y, por tanto, debemos tener aplicación para móvil para dar más servicio y propiciar la interacción. Como el usuario de smartphone es cada vez más joven, nuestra audiencia en este sentido se va ampliando.

Según los datos del primer trimestre de 2012 de Our Mobile Planet²⁷, el producto que lanzó Google para conocer como los smartphones están transformando la forma de recibir información, en España estos dispositivos son un elemento indispensable con una penetración en la población del 44%. De ellos, el 68% accede a internet cada día y nunca sale de casa sin él.

Los smartphones son un portal de múltiples actividades



Nosotros estamos presentes en las tres franjas y se nos hace indispensable esta aplicación. Igual que se puede hacer con cualquier blog, se podrán introducir contenidos desde el móvil de forma rápida y fácil. Los usuarios de smartphone son ávidos usuarios de vídeo (el 79% ve vídeo y el 23% usa el vídeo al menos una vez al día), así que en nuestra aplicación móvil, la oferta audiovisual será prioritaria. Nuestro uso de las redes sociales también deberá tener en cuenta que el 81% de los usuarios de smartphone visita redes sociales y ese dato juega a nuestro favor para consumir y viralizar contenidos.

En el caso de tablet, la propia web será compatible y no se necesitará una aplicación específica. Sólo hay que tener en cuenta que la web/plataforma no debe estar hecha en flash.

²⁷ El estudio completo de Our Mobile Planet sobre el uso y penetración de smartphones en España: http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_spain_es.pdf

7. Medición de resultados: un nuevo concepto del ROI

Antes de plantear las herramientas para medir nuestros resultados, tenemos que tener en cuenta que en muchos casos vamos a hablar de calidad y no de cantidad, y de conceptos de difícil medición numérica si consideramos que nuestro ROI (Retorno de Inversión) es la mejora de la educación pública y su comunicación, y que sus resultados no van a ser inmediatos.

Los resultados numéricos y objetivos vendrán a medio-largo plazo con las notas, la reducción del índice de abandono (que ahora se sitúa en Catalunya por encima del 26%) y el fracaso escolar, la mejora de resultados respecto al resto del Estado, el aumento de la escolarización en bachillerato y formación profesional y, en consecuencia, en estudios superiores, la disminución de ni-nis (jóvenes que ni estudian ni trabajan) en Catalunya que ahora es del 22%²⁸ y el crecimiento de contenidos de calidad y educación colaborativa.

Pero mientras esto sucede, necesitaremos herramientas de seguimiento y medición del ROI (Retorno de Inversión). A través de nuestra propia plataforma podemos tener datos de usuarios, tiempo de utilización, aportación de contenido por personas y por escuelas, lo más comentado y lo más visto, nuestro canal You Tube ya nos proporciona datos de visualizaciones, etc. Pero al margen del uso en sí de nuestra propia plataforma educativa, tendremos que estar pendientes continuamente de lo que se dice de nosotros, lo que se llama “escucha activa”, de nuestras respuestas y nuestras acciones en la red.

Por eso proponemos herramientas para monitorizar el desarrollo de la plataforma y la medición de resultados²⁹:

1. <http://hootsuite.com> : Panel para seguir la conversación sobre nuestros perfiles en diversas redes sociales. Ofrece estadísticas.
2. <http://www.socialbro.com> : Análisis de presencia en redes. Aplicación para monitorear las características principales de tu comunidad virtual, sobre todo Twitter, pero que desde agosto de 2012 se ha integrado en el escritorio de Hootsuite para tener la información de nuestras cuentas Twitter en el mismo espacio.³⁰

²⁸ El 22% de los jóvenes catalanes ni estudia ni trabaja: <http://sociedad.e-noticias.es/el-22-de-los-jovenes-catalanes-es-ni-ni-67562.html>

²⁹ La mayoría de las herramientas conocidas a través del Postgrado en Community Manager y Social Media de la Universidad de Barcelona-IL3: <http://www.il3.ub.edu/es/Home.html#>

³⁰ Más información sobre la integración de Socialbro en Hootsuite: <http://www.entreclick.com/socialbro-se-integra-al-dashboard-de-hootsuite-tutorial-de-uso/>

3. <http://flockchart.com> : Hemos hablado antes de la importancia de listas en Twitter y esta herramienta analiza quienes son los usuarios más activos y más seguidos de las mismas.
4. <http://twittercounter.com> : muestra el crecimiento de un usuario en seguidores y permite comparar con otros. También muestra las listas más populares.
5. <http://klout.com> : medidor de influencia en las redes sociales y para identificar líderes. No segmenta geográficamente.
6. <http://bitacoras.com> : principal buscador español de blogs. Nos interesa para buscar *hubs* y monitorizar qué se dice de nosotros.
7. www.google.es/reader : el lector de blogs de Google para obtener información y estadísticas de los blogs que seguimos.
8. www.facebook.com: la misma red nos ofrece las estadísticas más completas de nuestra página.
9. <http://delicious.com/search> : buscador social que permite búsquedas por etiquetas. Podremos seguir por ejemplo el grado de viralidad que va alcanzando una campaña.
10. <http://www.meneame.net/search.php> : otro buscador social que permite búsquedas por enlaces o fechas.
11. <http://www.big-boards.com> : monitoriza conversaciones en foros. Permite la búsqueda por palabras y directorio, por plataformas y lenguas.
12. <http://www.samepoint.com> : metabuscador de conversaciones en medios sociales. Proporciona datos como la valoración de comentarios.
13. <http://spy.appspot.com> : en la misma línea que el anterior. Cubre conversaciones, Twitter, FriendFeed, Flickr, blogs y noticias.
14. <http://www.google.com/intl/es/analytics> : es la herramienta básica de analítica web para saber cuántas visitas tenemos, de dónde vienen, cuánto tiempo pasan en nuestra web y una serie de etc's que podemos programar según nos interese para obtener datos más fiables.

Con estas herramientas podremos realizar un seguimiento exhaustivo de lo que se dice de nosotros para poder interactuar e introducir mejoras en nuestro sistema, así como estar al día de las novedades en el sector y situarnos en una buena posición a nivel educativo.

8.Presupuesto

8.1 Equipo:

Necesitaremos un equipo fijo para gestionar la plataforma, crear y dinamizar contenidos, monitorizar, moderar, responder, buscar seguidores, *influencers*, contactarlos, conversar, proponer, viralizar, y fomentar que nuestros usuarios creen contenidos y comunidad.

-Un Social Media Manager: Diseña, planifica y supervisa la estrategia 2.0 a través de la cual impulsará nuestros objetivos y creará comunidad a nuestro alrededor, además de coordinar la comunicación online entre usuarios y escuelas. Tiene que tener conocimientos de márketing y RRPP y estar en contacto directo con el director del Departament d'Ensenyament i la Conselleria. Gestionará las crisis que puedan darse en la red.

- 2 Community Manager perfil de contenidos: ejecutarán la estrategia planteada por el Social Media Manager. Serán los encargados de mantener y potenciar las relaciones con usuarios. Monitorizan, moderan, escuchan, enlazan, etiquetan, dinamizan, conversan, fomentan la participación y analizan todos los comentarios y acciones a realizar.

-2 Community Manager perfil RRPP: ejecutarán la estrategia planteada por el Social Media Manager. Se encargan de afianzar las relaciones con los *stakeholders*, *hubs*, líderes de opinión y ganando seguidores. Hablan directamente con usuarios, responden dudas y tienen una relación con ellos de tu a tu. Fomentan la participación.

-Un responsable de comunicación: genera contenidos corporativos, propone, trabaja los temas, y dinamiza. Revisa los posts para que tengan un lenguaje cercano (funciones de editor). Sin un buen contenido no conseguiremos resultados. Gestiona la relación con los medios y propone acciones para bloggers y seguidores.

-La comunidad forma parte del equipo. Los profesores serán una parte muy importante para nutrir no sólo la plataforma de contenido sino para dinamizarlos y fomentar la participación entre ellos y con los alumnos y padres. Cada escuela trabajará en su *site*. Eso dependerá directamente de su equipo docente.

-Colaboradores puntuales: expertos que tendremos que buscar para que publiquen posts de interés. Se pueden gestionar como post de bloggers invitados para intercambiar contenidos y que eso también nos repercuta a nosotros, y obtengamos peticiones de colaboraciones y enlaces.

A continuación veremos el presupuesto que supone el proyecto, Hay que tener en cuenta que el equipo que actualmente trabaja en las redes XTEC, Edu365.cat y Edu3.cat se integrará en este, así que en coste de personal optimizamos recursos en una misma dirección. Además, Ensenyament tiene su propio departamento de prensa que también se integrará en parte. La inversión inicial en diseño y puesta en marcha (también formaciones) se computará sólo el primer año, así que el mantenimiento anual a partir de la implantación será de 212.000 €

8.2 Inversión Y funcionamiento

Presupuesto				
Motivo	Detalle	Inversión	Funcionamiento	%
Plan de Social Media		3.000		1%
Personal				
Social Media Manager	50.000			
4 Community Managers	120.000			
Responsable de comunicación	25.000		195.000	64%
Arquitectura, diseño y puesta en marcha de la plataforma web y CMS de código libre				
		80.000		27%
Mantenimiento				
			12.000	4%
Alojamiento web				
			5.000	2%
Formaciones padres, alumnos y profesores				
		5.000		2%
TOTAL:		300.000 €		

8.3 Fases de implantación del proyecto

Fases de implantación del proyecto																																						
Acciones	Semanas																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
Estructuración del equipo	■	■																																				
Análisis		■	■	■	■																																	
Determinación de contenidos					■	■	■	■	■																													
Arquitectura web i diseño								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de contenidos*								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de estrategia en redes*																																						
Definición y contacto hubs i influencers								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación y desarrollo de comunidad*																																						
Formaciones																																						
Lanzamiento de la nueva plataforma																																						
Implantación de la nueva plataforma																																						
Campañas*																																						
Medición de resultados*																																						

*Las acciones señaladas con asterisco estarán siempre en continua evolución, no tienen fecha de finalización porque están en desarrollo continuo señalado con color

9. Conclusión: un paso más

Este proyecto pone sobre la mesa una nueva forma de ver la educación, con perspectiva de presente y de futuro y adaptándola a las necesidades de alumnos, profesores y familias.

El fenómeno “open” ,y las sociedades y empresas colaborativas han demostrado ya obtener mejores resultados gracias a la suma del talento. Si la educación es fomentar y trabajar el talento, el esfuerzo y los valores, necesita dar un giro hacia este camino para afianzarse en sus objetivos.

Según el consultor en reputación corporativa, Iván Pino³¹, hay 10 asaltos a modo de 10 mandamientos en la comunicación 2.0 que podemos adaptar a la Educación pública y a este proyecto. Son los siguientes³²:

1. Encontrabilidad: favorecer el posicionamiento
2. Usabilidad: diseñar la experiencia del *prosumidor*
3. Autenticidad: expresar identidades reales
4. Operatividad: estimular llamadas de acción
5. Perdurabilidad: publicar con voluntad de archivo
6. Actualización: invertir en contactos permanentes
7. Vinculación: enlazar para ser enlazado
8. Participación: dinamizar comunidades
9. Propagación: buscar la inteligencia colectiva
10. Seguimiento: escucha activa

Con esta filosofía y las herramientas y estrategia de comunicación, colaboración y crecimiento que planteamos alcanzaremos los objetivos que se plantean para construir entre todos una mejor Educación Pública abierta a la sociedad dando un paso más.

³¹ Iván Pino es periodista, director de comunicación online en Llorente & Cuenca y consultor de reputación corporativa. Es un referente en este sector. Su perfil en linkedin:

<http://es.linkedin.com/in/ivanpinozas>

³² Los diez asaltos para la comunicación 2.0 de Iván Pino los encontramos en:

<http://ivanpino.com/como-conquistar-la-comunicacion-20-de-tu-empresa-en-diez-asaltos/>

10. Bibliografía

1. Introducción: necesidades 2.0

Artículos de la Constitución Española y el Estatut de Catalunya sobre los cuales se construye la Educación pública

1. <http://www.derechoshumanos.net/constitucion/articulo27CE.htm>
2. http://www.gencat.cat/generalitat/cas/estatut/titol_4.htm#a131
3. Portal web d'E Ensenyament: <http://www20.gencat.cat/portal/site/ensenyament>

2. Objetivos

1. VVAA, "L'escola del segle XXI"; publicado en la Revista de debat polític nº 21; otoño 2009: http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/escola_segles_xxi_bloc_tema.pdf

3. Audiencia

1. Últimos datos de escolarización de la Generalitat de Catalunya consultables en http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2011/09/08/11/31/8bd231e5-53da-4727-9dd8-298d3329e4e2.pdf
2. Información complementaria sobre escolarización de los 3 a los 16 años en <http://aplitic.xtec.cat/MapaEscolar/>

4. Situación actual. Análisis.

1. XTEC . Red Telemática Educativa de Cataluña que se define como "compilación de recursos y páginas para la enseñanza de diversos niveles". Web: <http://www.xtec.cat/web/guest/home>
2. Eduwiki : espacio colaborativo siguiendo la filosofía de Wikipedia para el alumnado de 6 a 16 años. Web: http://www.eduwiki.cat/index.php?title=P%C3%A0gina_principal
3. Viquilletra : espacio colaborativo destinado a la enseñanza de la literatura catalana. Web: <http://lletra.uoc.edu/ca/projectes/viquilletra>
4. Clásicos a la romana : proyecto de dos profesoras para intergrar las nuevas tecnologías en el aprendizaje. El enlace: <http://www.xtec.cat/web/innovacio/practiref/competencies/digital/classicsromana>
5. Edu3.cat . Portal de radio y televisión educativas por internet que propone 5.500 archivos audiovisuales de diversos ámbitos. Los archivos son de los medios públicos catalanes. Web: <http://www.edu3.cat/>
6. Edu365.cat. Portal del Departament d'Ensenyament para padres y alumnos, con noticias, agenda, novedades y apartados con material según el nivel educativo. Web: <http://www.edu365.cat/>

5. Estrategia de red

1. Loría, Arturo; "La web 3.0 y la web semántica"; Blog de Jenaro Villamil; 3 de noviembre de 2011; disponible en: <http://jenarovillamil.wordpress.com/2011/11/03/la-web-3-0-y-la-web-semantica/>
2. Aced, Cristina; Armelini, Guillermo; y Villanueva, Julián, "Los blogs corporativos: una opción, no una obligación", octubre de 2007; e-business Center PwC&IESE, disponible en <http://www.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-56.pdf>
3. Watson, Mariano; "¿Cómo ayudan las redes sociales?/Infografía"; Infografías internet; 2 de junio de 2011; disponible en: <http://www.infografiasinternet.com/como-ayudan-las-redes-sociales-infografia/>
4. Cuenta twitter del Departament de Ensenyament: <http://en.twitter.com/ensenyamentcat>
5. AFP; "Facebook en datos y cifras que no conocías"; Univision Noticias; 18 de mayo de 2012; disponible en <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-05-18/facebook-en-datos-y-cifras#axzz265t3XH2A>
6. Cuenta Facebook del Departament de Ensenyament: <http://www.facebook.com/ensenyamentcat>

7. Guardián, Carlos; "11 consideraciones sobre el uso de Facebook en la Administración Pública"; K-Government, Blog de Carlos Guardián; 10 de enero de 2012; disponible en : <http://www.k-government.com/2012/01/10/11-consideraciones-sobre-el-uso-de-facebook-en-la-administracion-publica/>
8. Cabezudo, Verónica; "10 conductas en Facebook que toda empresa debería utilizar"; Muypymes.com; 31 de agosto de 2011; en: <http://www.muypymes.com/2011/08/31/consejos-empresas-facebook>
9. Guardián, Carlos; "10 ejemplos de cómo las Administraciones Públicas pueden utilizar Twitter"; K-Government, Blog de Carlos Guardián; 26 de noviembre de 2012; disponible en: <http://www.k-government.com/2010/11/26/10-ejemplos-de-cmo-las-aapp-pueden-utilizar-twitter/>
10. Ticbeat.com; "Como usar listas en twitter"; 5 de septiembre de 2012, disponible en: <http://www.ticbeat.com/general/como-usar-listas-twitter/>
11. Corporate.tuenti.com; "Decálogo de condiciones de Tuenti" en: <http://corporate.tuenti.com/es/legal-decalogue>
12. Blog corporativo de Tuenti: <http://corporate.tuenti.com/es/blog>
13. Red de empresarios visa, redacción; "You Tube mejor herramienta digital de las empresas"; redempresariosvisa.com; 19 de junio de 2012; disponible en: <http://www.redempresariosvisa.com/IdeasCenter/Article/youtube-mejor-herramienta-digital>
14. Tapscott, Don; D. Williams, Anthony (octubre de 2011), Macrowikinomics: nuevas fórmulas para impulsar la economía mundial; primera edición, Ed. Paidós; cap. 2: Los cinco principios de la inteligencia en red; págs 41 a 59.
15. Carabaña, Julio; Escuela e inmigración: ideas y realidades; marzo de 2009; Fundació Jaume Bofill; Universitat Oberta de Catalunya; www.debats.cat: http://www.debats.cat/cat/2009/carabana/documenta/carabana_esp_debats.pdf

6. Estrategia móvil: comunicación rápida y eficaz

1. Google; Our mobile planet Spain; estudio sobre el uso y penetración de smartphones en España: http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_spain_es.pdf

7. Medición de resultados: un nuevo concepto

1. E-noticies; redacción sociedad; "El 22% de los jóvenes catalanes es ni-ni"; 5 de septiembre de 2012; disponible en: <http://sociedad.e-noticies.es/el-22-de-los-jovenes-catalanes-es-ni-ni-67562.html>
2. Herramientas conocidas a través del Postgrado en Community Manager y Social Media de la Universidad de Barcelona-IL3: <http://www.il3.ub.edu/es/Home.html#>
3. Grimonti; "Socialbro se integra al dashboard de hootsuite"; Entreclick.com; 28 de agosto de 2012; disponible en: <http://www.entreclick.com/socialbro-se-integra-al-dashboard-de-hootsuite-tutorial-de-uso/>

8. Presupuesto

1. Vela, Dolores; "El salario medio del community manager"; Socialmediacm.com; 9 de abril de 2012; <http://www.socialmediacm.com/el-salario-medio-del-community-manager/>
2. Aced, Cristina; "Sueldos y social media. ¿Cuánto cobra un profesional de los medios sociales?"; Originalcommunitymanager.com; 1 de marzo de 2011; <http://originalcommunitymanager.com/2011/03/01/sueldos-y-social-media-%C2%BFcuanto-cobra-un-profesional-de-los-medios-sociales/>
3. RRHH digital; "Estudio anual Original Community Manager sobre sueldos y tarifas social media"; 31 de julio de 2012: <http://www.rrhhdigital.com/ampliada.php?id=86469&sec=45>

9. Conclusión: un paso más

1. LinkedIn; Pino, Iván: <http://es.linkedin.com/in/ivanpinozas>
2. Pino, Iván; "Los diez asaltos para la comunicación 2.0"; Ivanpino.com; <http://ivanpino.com/como-conquistar-la-comunicacion-20-de-tu-empresa-en-diez-asaltos/>