

Plan de Comunicación

‘IES San Roque’



IES
San Roque
Badajoz, Badajoz



Autora: María Fortuna Fortuna

¿CÓMO DAR MÁS VISIBILIDAD A LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN EL CENTRO?

En la actualidad, todas las actividades o eventos que tienen lugar en las distintas instituciones o lugares públicos, tales como institutos y colegios tienen escasa proyección mediática por carecer de un plan de comunicación adaptado a las necesidades del centro en cuestión.

En este caso el IES San Roque cuenta con una amplia y variada programación extraescolar o complementaria, así como actividades culturales dentro y fuera del horario escolar. Para que el resto de centros y la sociedad pacense en general tenga una percepción adecuada de los eventos que se realizan en el IES San Roque es necesario llevar a cabo una serie de pesquisas que mejorarán la imagen y la proyección mediática del instituto.

COMUNICACIÓN SOCIAL

En primer lugar, se debe establecer un red de comunicación interna en el centro, es decir, que todas las actividades, independientemente del departamento que las coordine o las lleve a cabo, se pongan en conocimiento del resto de profesores y alumnos. Aunque una actividad sea de un curso determinado, la mejor difusión es el boca a boca entre los propios escolares o docentes del centro, de esta manera lograremos que la actividad tenga una mayor repercusión y mejores resultados.

REDES SOCIALES

Otro de los puntos importantes es dar a conocer al resto de centros de la localidad las actividades que se llevan a cabo y para ello es necesario recurrir a dos estrategias de comunicación:

La primera de ellas se centrará en las redes sociales de las que disponga el centro. Por ejemplo **Facebook**, es una herramienta muy útil para mostrar las actividades por ello se deben compartir todas. Estas deberán incluir fotos de dicha actividad, puesto que el poder visual es más potente que el escrito y además favorece que las personas (tanto alumnos como padres), busquen la publicación para poder verse en ellas, o simplemente ver cómo se ha realizado.

Además de compartirlo en el tablón del **Facebook** del IES San Roque, en las reuniones de los docentes o incluso de manera informal en la sala de profesores es imprescindible informar a todos ellos de la actividad e invitarles a que la

compartan en sus respectivos **Facebook** personales. (En este caso ningún docente que gestione esta red social suele tener objeciones e hacerlo, pero es mucho mejor indicarlo para que lo hagan y así aumentar la recepción de la publicación para que llegue a muchas más personas).

Por otro lado, en las reuniones que se mantienen con los padres, sería recomendable hacerles saber que existe una página de Facebook del centro, para que en primer lugar pinchen en la opción de 'Seguir' y después le den a me gusta e incluso compartan las actividades con el objetivo y el pretexto de dar una mayor visualización a las actividades que realizan sus hijos y quede patente en los proyectos que trabajan o participan. (Este suele ser un argumento adecuado para que los padres sean conscientes de la importancia de lograr entre todos dar a conocer el instituto y generar opiniones positivas en relación a la actividad del centro).

Todas las publicaciones también deben compartirse en **Twitter**, porque esta red social sí es muy utilizada por los alumnos, cosa que facebook, por el rango de edad es más inusual. En las clases, los profesores sería conveniente también que recordaran que existe este perfil del IES San Roque e invitar a los alumnos a que sigan la página y ellos mismos puedan verse en las actividades que participan. (Suele gustar entre los escolares porque son trabajos que realizan ellos mismos y de esta manera si lo 'retuitean', (es decir, compartir en su tablón), todos sus seguidores, que en la mayoría son amigos o familiares, pueden ver todas las actividad en las que participan).

RED DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Otro punto esencial y el mejor elemento que da voz e imagen a las actividades del centro de cara a la sociedad en general son los medios de comunicación. En muchas ocasiones es difícil contactar con ellos y no conocemos las vías correctas para hacerlo, por ello lo primero que necesitamos es una relación de correos electrónicos y un directorio de teléfonos para que reciban nuestra nota de prensa.

¿Cómo redactar una nota de prensa para que sea atractiva al medio y decida mandar un equipo a cubrir la actividad?

Este punto es muy importante porque será lo que determine que el medio, ya sea de prensa, radio o televisión decida enviar un equipo a cubrir el acto. Los medios de comunicación al realizar su agenda diaria, sobre todo en

informativos, dan prioridad a la agenda política e institucional, sucesos o acontecimientos de última hora, pero siempre dejan un hueco para actividades culturales y/o escolares, y en este punto es donde tenemos que destacar nosotros. En Badajoz hay más de una veintena de institutos y colegios que igual que el IES San Roque quiere que sus actividades salgan en los medios.

Por ello, y para marcar la diferencia, cuando se mande la nota de prensa es imprescindible **lanzar un gancho** para atraer de manera inmediata la atención del medio. Vulgarmente se denomina así a una característica, anécdota o historia particular que protagonice o forme parte de nuestra actividad y que difiera de los típicos elementos de un mero evento escolar.

Por ejemplo: Si visita el centro un escritor de renombre y es el único instituto que visita de todo Badajoz, se debe hacer hincapié en eso, además de añadir la biografía y los premios del visitante porque suele interesar a la hora de venir a cubrir la noticia. En otro tipo de actividades por ejemplo de tecnología hay que resaltar cualidades humanas de los alumnos, dificultades que puedan haber tenido para realizarlo, todo esto desde una visión humana que pueda interesar. Por desgracia, hay veces que para que cubran un evento tiene que tener alguna historia conmovedora detrás de alguno de los alumnos o algo similar. No obstante con subrayar, ese gancho y esa nota diferenciadora a la hora de mandar la convocatoria de medios se habrá realizado bien el trabajo.

1. Nota de prensa

Una nota de prensa, además de incluir los datos de la actividad y ese gancho informativo del que ya se ha hablado en el punto anterior debe incluir varios elementos. En primer lugar, una introducción del centro presentando al propio centro y la actividad, destacando esa particularidad o hecho que atraiga, la fecha del acontecimiento en negrita, un teléfono de contacto y siempre reiterando la importancia del evento, que reclamáis mayor aparición en los medios de comunicación para que se haga cobertura de todos los centros de Badajoz por igual.

Un ejemplo de nota de prensa sería el siguiente:



NOTA DE PRENSA

Badajoz, DÍA de MES de AÑO

TITULAR: Resumir en dos o tres líneas la actividad o el evento que presentamos destacando lo más importante.

EJEMPLO (El escritor Manuel Vilas, autor de Ordesa y ganador de una decena de premios **visita en primicia** el IES San Roque de Badajoz)

TEXTO: Aquí habría que poner un pequeño resumen de la actividad y destacar lo importante de la misma y que se diferencia del resto. Siempre hay una característica propia de cada actividad que habrá que resaltar por encima de las demás.

EJEMPLO (El próximo viernes día __ el escritor Manuel Vilas visitará el centro para impartir una charla en el centro. **Este será el único instituto que visite de la localidad por ello ha causado gran expectación entre los alumnos.** La charla estará dirigida a los cursos X y versará sobre su última obra.)

En este punto es **importante** incluir una pequeña reseña sobre la obra y sobre los premios que ha obtenido (en internet suele haber y se encuentran de manera sencilla), lo importante es recalcar la relevancia de la visita del autor por la magnitud de su obra. Un ejemplo de reseña que habría que incluir en la nota de prensa sería esta:



*La novela más personal del escritor **Manuel Vilas**, se ha convertido ya en un **libro de referencia para el público y la crítica. Publicada el 18 de enero de este año, Ordesa ha alcanzado su sexta edición**, con más de 25.000 ejemplares, y sus derechos han sido vendidos ya a varios idiomas. Escrito a ratos desde el desgarró, y siempre desde la emoción, Ordesa es una crónica íntima de la España de las últimas décadas, pero también un relato sobre todo aquello que nos recuerda que somos seres vulnerables, sobre la necesidad de levantarnos y seguir adelante cuando nada parece hacerlo posible, cuando casi todos los lazos que nos unían a los demás han desaparecido o los hemos roto.*

En el caso de que se trate de cualquier otro tipo de actividad de tecnología, proyectos audiovisuales, viajes o visitas, de igual manera

se incluirá un resumen que detallará en qué consiste el proyecto, quienes lo han llevado a cabo, cómo ha sido el proceso y como siempre destacar una cualidad diferenciadora que llame la atención al medio. Esto se redactará en unas siete u ocho líneas, no más, para no dar demasiada información y dar lugar a que resulte pesado y llame la atención.

Por último, en todas las notas de prensa se debe incluir los siguientes datos, aunque resulte obvio es importante que no se olviden.

Lugar: Instituto de Educación Secundaria 'San Roque'

Dirección: Calle/ Lino Duarte Insua s/n, 06009, Badajoz

Teléfono de contacto: 924.01.35.83 (En el caso que algún profesor diera su permiso para incluir su teléfono por ser el coordinador de la actividad en cuestión también sería interesante ponerlo por facilitar el trabajo de los medios y demostrar cercanía ante ellos.

Correo electrónico: ies.sanroque@edu.juntaex.es

Fecha: (Día, mes y día de la semana que tiene lugar. Ejemplo: 21 de noviembre, miércoles)

Hora: 11:30 horas (la hora en la que tenga lugar la actividad)



Dirección: Calle de Lino Duarte Insua, s/n, 06009 Badajoz

Teléfono: (+34) 924.01.35.83 – Fax (+34)23.0082

Correo electrónico: ies.sanroque@edu.juntaex.es

Web: <http://iessanroque.educarex.es>

2. Envío de la nota de prensa

La nota de prensa se debe enviar exactamente tres días antes de la celebración del evento, porque es cuando se elabora las agendas y las coberturas en los distintos medios. Si la enviamos antes corremos el peligro que se pierda entre el resto de los correos que llegan después y que la fecha de la celebración de nuestro evento quede muy lejana. Tampoco se debe esperar al día anterior, porque ahí ya está compuesto el planning del medio y no se incluyen cosas de última hora, a no ser que sean sucesos.

Por ello, para garantizar que lo lean y tienen tiempo para incluirlo en su parrilla del día en cuestión, se enviará tres días antes, y muy importante: siempre por la mañana.

No obstante, es recomendable que una vez que se envía el correo con la nota de prensa, se llame por teléfono a los distintos medios de comunicación para asegurarnos que lo han recibido y de paso volver a comentarle la actividad por teléfono. (Aunque pueda parecer pesado, es lo más eficaz para darle difusión al evento).

Si cuando llamamos nos dicen que no han recibido nada, puede ser porque la dirección esté incorrecta o la hayan cambiado, por lo que debemos pedirle la nueva y reenviarla, así como cambiar en nuestro directorio la anterior por la nueva que nos acaban de facilitar desde el medio.

3. Relación de medios de comunicación

Como ya hemos comentado antes, para lograr que nuestra nota llegue a los medios de manera correcta, es necesario tener un buen directorio de medios de comunicación y actualizado, porque suelen cambiar cada cierto tiempo.

Aquí incluyo una serie de direcciones de correo de los medios regionales más importantes, que será donde se tendrán que enviar la nota de prensa una vez que la hayamos redactado. En algunos medios, aparecen varios correos, es bueno enviarlo a todos para que así tenga mayor difusión.

DIRECTORIO DE MEDIOS

AGENCIAS

AGENCIA EFE

924310711

extdelegado@efe.es

www.efe.es

EUROPA PRESS

924 30 40 92

raquelcorcho@europapress.es

www.europapress.es

TELEVISIÓN

CANAL EXTREMADURA

924 22 91 53(Badajoz)

924 38 76 50 (Mérida)

direcciongeneral@canalextremadura.es

conexion@canalextremadura.es,

enabierto@canalextremadura.es,

www.canalextremadura.es

RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA EXTREMADURA

924 38 00 06

informativos.extremadura@rtve.es,

direccion.extremadura@rtve.es

www.rtve.es

PRENSA ESCRITA

DIARIO HOY

924 21 43 21/ 21 43 00

edigitales@hoy.es.

direccion.hoy@hoy.es

www.hoy.es

PERIÓDICO EXTREMADURA

927 62 06 00

avillar@elperiodico.com

AVILLAR@extremadura.elperiodico.com

epextremadura@elperiodico.com

www.elperiodicoextremadura.com

RADIO

CANAL EXTREMADURA RADIO

924 38 20 00

cultura.radio@canalextremadura.es,

radio@canalextremadura.es

RADIO NACIONAL DE ESPAÑA

924 38 00 06

direccion.extremadura@rtve.es

CADENA SER

924 22 22 60/ 22 40 55

direccion.extremadura@cadenaser.com

CADENA COPE

924 20 73 82

direccion.extremadura@cope.es

ONDA CERO RADIO

924 24 76 24/ 924 24 76 05

mortiz@ondacero.es

mmarquez@ondacero.es

ES RADIO

924 38 73 90/ 45 54 22 / 635 814 698

ana@esradioextremadura.com

Canal Norte Radio

927 42 40 78 / 637 801 364

publicidad@cnorte.tv

KISS FM

924 20 05 05 / 659 534 976

kissbadajoz@fernandoromeropublicidad.net
badajoz@agentes.kissfm.es

PRENSA DIGITAL

ELDIARIO.ES EXTREMADURA

634 533 662

eldiarioex@gmail.com

www.eldiario.es/eldiarioex/

DIGITALEXTREMADURA.COM

690 783 396

direccion@digitalextremadura.com

www.digitalextremadura.com

EXTREMADURA7DIAS.COM

667 90 89 78

info@extremadura7dias.com

www.extremadura7dias.com

ELCORREOEXTREMADURA.COM

924 11 22 64 / 687 641 556

elcorreoex@gmail.com

www.elcorreoextremadura.com

DIRECTOEXTREMADURA.COM

924 24 64 59 / 671 050 020

contacto@badajozdirecto.com

www.directoextremadura.com

EXTREMADURA.COM

924 22 41 41

redaccion@extremadura.com

www.extremadura.com

REGIONDIGITAL.COM

924 30 29 55 / 924 014 600

julio@regiondigital.com

www.regiondigital.com

www.mujerextremadura.es
www.agroextremadura.com

VIVIR EXTREMADURA.ES

927 53 33 38 / 22 52 50
redaccion@vivirextremadura.es
www.vivirextremadura.es

PANORAMA-EXTREMADURA.COM

695 531 933
panoramaextremadura@gmail.com
www.panorama-extremadura.com

EXTREMADURAACTIVA.COM

659 302 965
carmen.apolo@alascomunicaciones.com
www.extremaduraactiva.com

REVISTAS

CAUDAL DE EXTREMADURA

670 67 55 71
caudaldeextremadura@gmail.com
www.extremadura21.es
www.energiaextremadura.com

GRADA

924 10 13 98
revista@grada.es
www.grada.es

SENDEROS DE EXTREMADURA

924 25 87 59 / 608 104 863
senderos_extremadura@hotmail.com

VENTANA DIGITAL

924 45 59 36
laventana@lavanadigital.com
www.ventanadigital.net

OTROS:

contacto@badajozdirecto.com
panoramaextremadura@gmail.com

RESUMEN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

- 
- Comunicar a todos los profesores las actividades que se realizan independientemente del departamento que sea para dar voz al evento
 - Informar a los padres en las reuniones sobre las actividades para que se conozcan en el barrio. (Nunca se sabe, pero siempre se puede tener algún conocido o familiar en los medios y esos es un impulso para que vengan a cubrirlo)
 - Comentar en clase a los alumnos las distintas actividades, aunque sean de otros cursos para que entre ellos hablen y puedan incluso realizar fotos o escritos sobre lo acontecido

REDES SOCIALES

- 
- Informar a todos los profesores del centro en reuniones o claustros sobre los perfiles de Facebook y Twitter de los que dispone el centro para que den a 'seguir' a la página y a me gusta, además de compartir las publicaciones en sus perfiles personales. Esto hará que llegue a muchas más personas.
 - Comunicar a los alumnos en clase que hay páginas de Facebook y Twitter del instituto para que aquellos que dispongan de un perfil sigan ambas páginas y compartan las publicaciones y así lo puedan ver sus amigos y familiares.
 - En las reuniones con los padres exponer la importancia de que sigan la página de Facebook y compartan las publicaciones porque es una manera sencilla de dar a conocer las actividades en las que están involucrados sus hijos y así crear una visión positiva del centro.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 
- Realizar una nota de prensa incluyendo los datos del evento como el ejemplo anterior, además de un gancho informativo que resulte atractivo al medio para que mande un equipo a cubrir el evento.
 - Enviar la nota de prensa tres días antes del evento, y si no recibimos ninguna respuesta, (que es lo más normal porque los medios reciben decenas de notas de prensa diariamente), llamar por teléfono para confirmar la recepción de la misma.