

Edición
nov-dic
2022
(castellano)

Cómo mejorar la comunicación y la imagen de los Servicios Sociales

Cambiar la manera de explicarnos para dar valor a lo que hacemos

"Cuando cambiamos la manera en la que comunicamos, cambiamos la sociedad"
Clay Shirky

Las Administraciones se encuentran con la dificultad de que la mayoría de la ciudadanía no se siente interpelada por el Sistema de Servicios Sociales, porque generalmente lo asocian a las personas que se encuentran en una grave situación de pobreza y de exclusión. Y como que nadie quiere formar parte de la capa de la sociedad más excluida, a la mayor parte de los ciudadanos no les interesa ni se consideran potenciales usuarios. Transformar los Servicios Sociales para que dejen de ser el sistema que atiende los fracasos de otros sistemas públicos y se construya como el sistema que provee cuidados a lo largo de nuestra ciclo vital también requiere, por lo tanto, comunicar y explicar de otro modo el que son y el que quieren ser hoy los servicios sociales.

Aun así, a pesar de que los presupuestos públicos y privados dedicados a Servicios Sociales no han parado de crecer en los últimos años, perduran estereotipos y visiones antiguas que tienen poco que ver con el que son hoy los Servicios Sociales, los puntos fuertes de su actuación son escasamente conocidos por la ciudadanía, y este esfuerzo inversor no es percibido ni valorado por los agentes económicos, la población y el tejido asociativo del territorio.

Nos tenemos que preguntar, pues, hasta donde saben las ciudadanas y ciudadanos todo lo que los Servicios Sociales les pueden ofrecer, y hasta donde llega la responsabilidad de los gestores de estos servicios en este posible desconocimiento. Y a la vez hasta qué punto se puede corregir no solo este desconocimiento, sino también las imágenes tergiversadas e incluso negativas de los Servicios Sociales que a veces circulan entre la población de comarcas y municipios.

Otros sectores de nuestra sociedad han conseguido revertir situaciones parecidas. La innovación en Servicios Sociales también es cambiar la manera de explicarnos y de comunicarnos, para dar valor a lo que hacemos desde los Servicios Sociales; para hacer visible su potencialidad como agente que contribuye de manera determinante a la cohesión social y a la calidad de vida de las personas.

Objetivos: Reflexionar sobre la identidad de los Servicios Sociales; Potenciar la reputación y la marca de los Servicios Sociales en el territorio; Conocer el entorno y los diversos públicos de los Servicios Sociales locales para implantar una comunicación más eficaz; Adquirir conocimientos prácticos de comunicación para los objetivos perseguidos; Aprender a estructurar el mensaje en relación a los Servicios Sociales con un óptimo uso de los datos y de los puntos fuertes de la organización y de los servicios.

Destinatarios: cargos electos, coordinadores/se de Servicios Sociales y responsables de comunicación de Ayuntamientos y Consejos Comarcales. Profesionales de entidades del tercer sector social que prestan servicios públicos.

Formato y duración: En línea, por medio de la plataforma Zoom. El curso consta de 16 horas repartidas en 8 talleres con expertos/se de Servicios Sociales y de Comunicación, donde se comparten materiales, herramientas, referencias, ejemplos y experiencias de los participantes. Las sesiones tienen un enfoque práctico, para dar herramientas, resolver dudas y apuntar cómo comenzar una mejora constatable de la comunicación y la imagen local de los Servicios Sociales.

Nº	Data	Horari	Taller
1	10/11/2022	09h30-11h30	Identidad de los Servicios Sociales: misión y función social.
1	10/11/2022	11h30-13h30	Contradicciones, tensiones identitarias e impactos sobre la imagen proyectada.
2	17/11/2022	09h30-11h30	Contexto comunicativo: canales de comunicación y públicos en los servicios Sociales.
2	17/11/2022	11h30-13h30	Cómo hacer un Plan de Comunicación de los Servicios Sociales.
3	24/11/2022	09h30-11h30	Cómo gestionar la reputación de los Servicios Sociales.
3	24/11/2022	11h30-13h30	Diagnóstico y canales: web y medios offline.
4	01/12/2022	09h30-11h30	Diagnóstico de canales: redes sociales.
4	01/12/2022	11h30-13h30	Indicadores, medición de resultados y cierre del curso.

Precio e inscripciones: El precio de inscripción del curso es de 280€ (40% de descuento para las entidades miembros de iSocial). Esta formación es bonificable. Inscripciones abiertas hasta cubrir las plazas. Escribir a formacio@isocial.cat o llenar el formulario.

Equipo docente:



Nuria Fustier

Doctora en Trabajo Social y Licenciada en Derecho, profesora de la Universitat de Barcelona y la Universitat de Girona. Con 25 años de experiencia en Servicios Sociales: dirección de los Servicios Sociales de Santa Coloma de Gramenet; evaluación y planificación a la Diputación de Barcelona (Círculos de Comparación Municipal); y miembro del equipo del I Plan Estratégico de Servicios Sociales de Cataluña.



Víctor Puig

Consultor especializado en comunicación en internet y en reputación en línea. Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB y Máster Europeo en Comunicación Interactiva, Telecomunicaciones y Multimedia. Director de la agencia Zinkdo Digital. Profesor de comunicación de la UPF y autor del libro "Social Media: 250 consejos para diseñar tu estrategia en las redes sociales".



Nuria Palomares

Licenciada en Ciencias Empresariales, Marketing y Relaciones Públicas con posgrados en Alta especialización en Técnicas Gerenciales y con mención en Social Media y Marketing Digital.

Ofrecemos experiencias de co-creación, talleres vivenciales y participados, y programas formativos y de acompañamiento, dirigidos a los equipos profesionales de Servicios Sociales de instituciones públicas y de entidades del tercer sector que están comprometidos en la construcción de propuestas creativas y de valor que den respuesta a los retos de transformación y de innovación que tiene hoy el sector de la acción social.