



Como 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 de comunicarnos, cambiamos la sociedad"
Clay Shirky

Pese a que los presupuestos públicos y privados dedicados a Servicios Sociales no han parado de crecer en los últimos años, este esfuerzo inversor a menudo no es percibido ni valorado por parte de la ciudadanía.

Las dificultades que tienen las Administraciones y entidades que gestionan Servicios Sociales para explicar y poner en valor su actuación, no sólo tienen relación con el desconocimiento de lo que son los Servicios Sociales entre gran parte de la ciudadanía, sino también con la pervivencia de estereotipos y de visiones antiguas que poco tienen que ver con lo que son hoy los Servicios Sociales, los cuales no son percibidos como un sistema universal que provee cuidados a lo largo de nuestro ciclo vital. Los puntos fuertes de su actuación son escasamente conocidos por la ciudadanía, y a muchas personas no les interesa ni se consideran potenciales usuarias porque sólo los asocian con la pobreza, la exclusión y la capa más excluida de la sociedad.

Pero la gestión de la comunicación y la reputación no sólo es compleja para el sector de los Servicios Sociales. Otros sectores de la sociedad han logrado revertir situaciones similares mediante una estrategia adecuada. La innovación en Servicios Sociales también es cambiar la forma de explicarnos y de comunicarnos, para dar valor a lo que hacemos.

Objetivos: Clarificar la identidad y función de los Servicios Sociales; Potenciar la reputación y marca de los Servicios Sociales en el territorio; Conocer el entorno y los distintos públicos de los Servicios Sociales locales para implantar una comunicación más productiva; Adquirir conocimientos eficaces y 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 puntos fuertes de la organización y de los servicios.

Destinatarios: cargos electos, coordinadores/as de servicios sociales y responsables de comunicación de Ayuntamientos y Consejos Comarcales. Profesionales de entidades del tercer sector social que presten servicios públicos.

Formato y duración: En línea, por medio de la plataforma Zoom. El curso consta de 12 horas repartidas en 8 talleres de 1h30, con expertos/as 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 conseguir una mejora constatable de la comunicación y la imagen local de los Servicios Sociales.

Nº	Taller
1	Identidad de los servicios sociales: misión y función social.
2	Contradicciones, tensiones identitarias e impactos sobre la imagen proyectada.
3	Contexto comunicativo: canales de comunicación y públicos en Servicios Sociales.
4	Cómo realizar un Plan de Comunicación de los Servicios Sociales.
5	Cómo gestionar la reputación de los Servicios Sociales.
5	Diagnóstico de canales: web y medios offline.
6	Diagnóstico de canales: redes sociales.
6	Indicadores, medición de resultados y cierre del curso.

Precio e inscripciones: Precio: 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

Procedimiento de inscripción:

Rellenar y enviar el formulario que encontrará en la página del curso (web de iSocial). Posteriormente, para hacer efectiva la matrícula del curso, deberá enviar a formacio@isocial.cat un correo con el PDF o imagen del comprobante de pago del curso (280€). El pago debe realizarse mediante una transferencia o ingreso a la cuenta de Caixabank ES20 2100 0963 6102 0029 3169 a nombre de la Fundación iSocial, indicando a concepto el nombre de la persona que se inscribe y el curso.

Equipo docente:



Núria Fustier

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



Víctor Guerrero

Licenciado en Periodismo por la UAB. Pasó por la radio y la prensa local antes de empezar su etapa digital en la Corporación Catalana de Radio y Televisión. Después fue jefe de contenidos y redes sociales en la agencia Hispanetwork, donde también hizo captación de clientes y gestión de publicidad digital.



Núria Palomares

Licenciada en Ciencias Empresariales, Marketing y Relaciones Públicas con posgrados en Alta especialización en Técnicas Gerenciales y 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 los Ayuntamientos, Consejos Comarcales y 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.