

# I CONGRESO IBEROAMERICANO DE DOCENTES

CONGRESO VIRTUAL DEL 26 NOVIEMBRE AL 08 DICIEMBRE DE 2018

ALGECIRAS (CÁDIZ) DEL 06 AL 08 DICIEMBRE DE 2018

Actas del Congreso Iberoamericano de Docentes

Gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo  
cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo

Pablo Molina-Niñirola Medina

ISBN: 978-84-948417-0-5

Edita **Asociación Formación IB.**

Coordinación editorial: **Joaquín Asenjo Pérez, Óscar Macías Álvarez, Patricia Ávalo Ortega y Yoel Yucra Beisaga**

Año de edición: **2018**

Presidente del Comité Científico: **César Bernal.**

El I Congreso Iberoamericano de Docentes se ha celebrado organizado conjuntamente por la Universidad de Cádiz y la Asociación Formación IB con el apoyo del Ayuntamiento de Algeciras y la Asociación Diverciencia entre otras instituciones.

<http://congreso.formacionib.org>



red  
iberoamericana  
de docentes



formaciónib))

# **Gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo**

**Pablo Molina-Niñirola Medina.**

**El Buen Pastor Murcia**

**hola@ninirola.com**

Voy a contar la experiencia de nuestro centro tal cual ha ocurrido en los últimos dos años. Para ello tengo que señalar que antes trabajaba en una empresa de marketing digital durante aproximadamente 4 años y después compaginé ambos trabajos hasta que pude estabilizarme finalmente en la docencia. Esto me dio conocimientos de marketing a nivel empresarial, redes sociales, marketing social media, creación y gestión de páginas web y tiendas on line.

Al llegar a mi centro de trabajo, el cual tengo que decir que es concertado, me pareció que todo seguía igual que en los años anteriores. Era como una empresa “vieja” en un panorama totalmente moderno:

- No había nada protocolizado, y las empresas modernas tienen toda su documentación actualizada y también de fácil acceso a los empleados.
- No había ningún proceso automatizado. Toda la gestión se tenía que crear cada vez y había que empezar desde cero y de manera manual.
- No había ningún tipo de registro de nada.

“Una de las situaciones que vivimos era que habíamos generado un gasto de 300 € en copias de llaves durante un trimestre. Y nos preguntamos qué llaves se habían copiado en ese tiempo. Nadie supo que copias se habían hecho, ni cuándo, ni para quién eran”

Cuando empecé en la docencia, la primera sesión que di era sobre el cambio de unidades y me quedé sorprendido de que tampoco había evolucionado. Al principio pensé, perfecto, esto lo controlo y sé enseñarlo. Pero posteriormente vi que al alumnado le costaba mucho. Estuve buscando por Internet como podía modificar mi forma de enseñar esa parte de las matemáticas y di con un método que me gustó mucho. Lo puse en práctica y me funcionó mejor. Pero el problema es que ese método no lo controlaba al 100%. Esto significaba que para la próxima vez tenía que estudiármelo. Sí, sí, un profesor estudiando los cambios de unidades, por Dios, ¡que locura! No es eso, es un profesor estudiando la forma de explicar los cambios de unidades. Y para el año que viene ya he aprendido de mis errores de este año y voy a mejorarlo. Llevo tres años estudiando cómo mejorar la forma de explicar el cambio de unidades.

Diréis... ¿Toda esta batallita por qué nos la cuenta este profe? Pues muy sencillo. Todo esto se puede extrapolar al propio centro. Hay elementos de nuestro día a día en el centro que se siguen haciendo por el simple hecho de que “toda la vida se ha hecho así”. Es decir, siguiendo la corriente del Continuismo, en la que se continúa con la anterior versión de todo.

Si se hace una actividad y gusta, al año siguiente se repite, y al siguiente, y al siguiente... Y si por el transcurso de ese tiempo se realiza otra actividad diferente, pues el año siguiente ya hay dos cosas para hacer.

En mi centro nos dimos cuenta de eso enseguida. De la necesidad de cambio y organizamos una serie de reuniones que dieron sus frutos al poco tiempo.

Lo primero que hicimos fue formar un grupo de trabajo, el gabinete de comunicación, en el cual nos unimos varios docentes, cada uno con una formación diferente y unos

conocimientos particulares. Decidimos hacia dónde queríamos ir, hacia donde queríamos llevar al centro y lo que queríamos conseguir y cómo hacerlo. Empezamos a modificar cosas de nuestro día a día, en las clases, con los alumnos, en las actividades, con las familias. Nuestra máxima era la siguiente: Mostrar nuestra ideología de centro.

Nos planteamos que lo más importante era poder informar a las familias de las actividades, valores que transmitíamos, líneas de trabajo... De forma que estas familias se sintieran muy informadas de todo lo que hacíamos en el centro y a la vez partícipes de las decisiones que se tomaban. Para ello, con nuestra estrategia de marketing básica creada, decidimos crear cada uno de los perfiles de las redes sociales correspondientes, pero nos centramos en Facebook debido a que nuestro público cliente, en la actualidad, y para esta acción, se encuentra en esta RRSS. Para aumentar los seguidores de manera rápida de nuestra página de Facebook, creamos una estrategia básica de marketing: un concurso de fotografía para la portada de los perfiles de las diferentes RRSS. Esto tuvo un coste de treinta euros en el premio (cuatro entradas de cine) y una hora de tiempo. Con esta estrategia conseguimos más de trescientos *likes* en menos de una semana.

Con el objetivo de seguir mejorando, automatizando y actualizando la imagen del centro, el gabinete se movilizó para modificar la página web. Bajo el pretexto de actualizar el sistema de gestión de la web del centro, que hasta ahora había que hacerlo de manera externa, y la idea de poder modificar nuestra web a través de gabinete, esta idea fue autorizada con mucha ilusión por parte del equipo directivo.

Aprovechamos esta actualización para cambiar las fotos del centro, la indexación de google y la información que el buscador tenía del centro. Para tener algo más de visibilidad dentro de los buscadores más importantes optimizamos de manera muy básica el SEO de la web y a su vez creamos una serie de campañas de muy bajo coste y nicho muy reducido para nuestro centro. Lo cual nos permitía unas visualizaciones muy rápidas en la web por un importe ridículo, no llegó a diez euros en un año.

Hasta ahora habíamos abierto dos vías de trabajo muy grandes y con muchas posibilidades. Actualizar la marca e imagen del centro y a su vez hacer partícipes a las familias en las actividades y acciones formativas del colegio. Tan grandes son estas dos vías que era imposible abarcarlas con un solo grupo de trabajo, por lo que propusimos un gabinete de imagen y un gabinete de gestión.

En el gabinete de imagen se siguió proponiendo mejoras. La primera fue modificar el logotipo del centro. Era muy anticuado, nada colorido y menos llamativo. Nuestra intención era la de conseguir que nuestra marca fuera representada por el logotipo. Que quién llevase el logo del centro se sintiera orgulloso y que pudiera lucirlo en su ropa sin que fuera demasiado característico de un colegio. En dos palabras, elegante pero discreto. Se pusieron en marcha con una serie de diseñadores y al final, un antiguo alumno del colegio dio con la clave. Un logotipo que transmitiera con su forma la esencia del centro. Cada color con un significado, y cada línea con un simbolismo. Todo calculado.

Este fue un cambio más que significativo. Estamos hablando de un centro que en 2021 cumple 75 años. Algo muy pequeño había sido modificado, pero con tanto valor, que se denotaban que iba a traer muchos cambios posteriores. Y así fue. Era lógico cambiar el uniforme, puesto que no estaba acorde con la modernidad del logo. El gabinete de imagen se fue reuniendo con varios proveedores, con varias empresas del sector textil para conseguir un consenso en la nueva imagen del centro hasta que al final de curso, se consiguió crear un uniforme deportivo moderno, cómodo y acorde con los cambios que se avecinaban. En la actualidad este gabinete sigue trabajando para actualizar el uniforme escolar. El cual empezará a utilizarse durante el curso 2018-2019.

Mientras tanto, de manera simultánea, el gabinete de comunicación seguía trabajando por mostrar las entrañas del centro. De manera que las familias supieran las actividades que hacen sus hijos e hijas en el colegio para así poder involucrarlos más. Pero llegamos al punto muerto que suele pasar en comunicación, los contenidos. Dichos contenidos tenían que ser creados por los propios docentes. Bien es sabido la necesidad de crear contenido para mejorar el posicionamiento, pero la imagen de marca es diferente. Ya que el contenido tiene que estar muy actualizado. La imagen de marca tiene que crear contenido atractivo, llamativo para el público y que incite a la participación.

Llegados a este punto, personalmente, me sentía satisfecho porque en muy poco tiempo habíamos conseguido implicar a casi diez profesores del centro en hacer lo que a ellos les gusta. Es muy importante que estos docentes hayan elegido estar dentro de estos grupos de trabajo. Vayan viendo que son apoyados. Obtengan resultados y hayan sido valorados. Aunque para seguir avanzando en estas líneas de trabajo había que seguir mejorando y automatizando procesos.

El primer problema para solucionar la creación de contenido y la fluidez de ese contenido hacia los responsables del gabinete, era la comunicación interna. Junto con el equipo directivo planteamos nos planteamos varias preguntas y analizamos las respuestas.

- ¿Cómo comunicamos mejor a nuestros profesores? A través de un grupo de WhatsApp (muy agresivo por ser una aplicación privada y además poco serio)
- ¿Cómo es más oficial? Por email (pero tenemos los emails personales de cada profesor).
- ¿Qué necesitamos? Algo oficial, sencillo, que sea accesible y útil. Comunicarnos rápido a través de un grupo en una app y por email.

Basándonos en estas ideas, comenzamos a maquinar qué podíamos crear y dentro de nuestro presupuesto. Que era cero. Así que nos metimos en un programa de Gsuite de Google. Que dentro de todas las posibilidades era el más accesible, y el más sencillo. Con las ventajas de que: lo conocemos, lo solemos utilizar, es muy estable, permite gestión de archivos, intranet y comunicación interna, comunicación externa sin el número de móvil...

Esto nos permitió el poder mover el contenido de manera segura, rápida y eficaz entre nosotros. Pero nos faltaba la parte de involucrar a las familias. Para ello hicimos un acercamiento a través de grupos con la aplicación de Hangouts de Google. En los que los profesores iban subiendo el contenido digital cada día para que fuera más directo y discreto, además del publicado en las RRSS.

Lo mejor de todo esto no era en si las aplicaciones, ni los cambios, ni las novedades. Es el olor a nuevo que se respiraba por el centro, cuando sabes que las cosas van a cambiar y van a mejorar. Vas viendo gente ilusionada, profesores que te buscan para decirte la actividad moderna que han hecho y que les ha gustado. Grupos de trabajo que, de manera autónoma van tomando sus decisiones y van autogestionándose, basados en una línea común. Y descubres que esto es un virus, pero un virus de positivismo, de motivación, de ganas y de unión. Esto hizo que el AMPA del centro empezara a crear proyectos para mejorar cosas dentro de colegio. Porque veía que era un buen momento. Profesores de primero de primaria e infantil buscaron programas como ClassDojo para mejorar la comunicación con los padres y a su vez motivar a los alumnos. Los tutores de los cursos más avanzados sugirieron tener una agenda on line para que los padres pudieran ver los deberes y estar al día de las comunicaciones de los diferentes profesores. Se empezaron a crear grupos de trabajo por intereses de los profesores. De manera que se citaban fuera de su horario y en diferentes sitios para

hacer trabajos que mejoraran al centro. Hasta profesores reacios a los cambios y a las cosas nuevas querían tener su propio blog.

Y cuando todo esto pasa, miras atrás y te das cuenta de que en realidad no hace falta ser el más innovador, en tener más metodologías de vanguardia, en tener que echar horas por echarlas, sino en querer cambiar las cosas. Para resumir todo en una simple frase, atribuida a Eduardo Galiano, pero que es válida para todos los contextos:

“Gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo”