

# **NUEVOS RELATOS PARA LA BUENA NUEVA**

**GESTIÓN PARA LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING  
EDUCATIVO PASTORAL**

*Por  
Hilda Mosquera*



# NUEVOS RELATOS PARA LA BUENA NUEVA

## GESTIÓN PARA LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING EDUCATIVO PASTORAL



*Por: Hilda Mosquera*

Hoy más que nunca la pertinencia de la Escuela Católica cobra un carácter de urgencia. En un mundo donde los algoritmos, la inteligencia artificial y los robots permean cada vez más los diferentes ámbitos de nuestras vidas, serán las habilidades humanas las que marquen la diferencia.

Hoy más que nunca necesitamos sistemas educativos ágiles que nos ayuden a cultivar y fomentar nuestra condición de seres humanos, y es allí donde la **Escuela Católica** se presenta como un factor diferencial en la sociedad, al permitir desarrollar e implementar de forma efectiva las habilidades (como la perseverancia, resiliencia, tolerancia, empatía, la ternura y la esperanza) que serán determinantes para afrontar con éxito el presente y el futuro.

Nos encontramos en un momento de transición entre dos modelos educativos: el que mira a los ojos (presencial) y el que mira a las pantallas (el virtual), pero que en ambos escenarios debe formar para la integralidad. Este cambio de paradigma supone cambios importantes en la forma en que se está configurando la humanidad, con nuevas demandas de cara a la formación de las personas; Nos exige una escuela abierta a su entorno, a las diferentes realidades con sus diferentes actores; una escuela que sepa comprender los nuevos contextos y sea capaz de influir en ellos.

El nuevo cambio de paradigma que estamos atravesando, nos ha demostrado que **la escuela no está en el contenido, sino en la relación**. Estamos en el sector del aprendizaje, pero sobre todo en el de las emociones, lo que nos supone un reto importante a la hora de interactuar con los diferentes miembros de nuestra comunidad educativa.



Hoy más que nunca debemos cuidar cada uno de los puntos de contacto que a diario tenemos como directivos, poniendo especial énfasis en los canales digitales, pues están condicionando nuestro relacionamiento.

Ante esta nueva realidad es tan importante la identidad digital de nuestra institución educativa, cómo la de sus gestores y sus líderes, quienes tienen la posibilidad de trasladar toda tu influencia y la de toda tu red, para fortalecer la marca de sus colegios.

### **El nuevo relato de la escuela**

Toda escuela y colegio católico requieren un relato nuevo ante este nuevo contexto. La aceleración de los procesos de transformación a los que nos ha llevado la actual crisis sanitaria, son un impulso para adaptarnos a la nueva

realidad y a fluir con los tiempos, en el ritmo que se nos impone, por vertiginoso que nos parezca; para ello es necesario contar con estrategias que nos permitan afrontar las nuevas dinámicas y gestionar el cambio de la forma más acertada, así como visibilizar los esfuerzos ingentes que hoy están haciendo la escuela para adaptarse al nuevo paradigma educativo y ayudar a los estudiantes y sus familias a afrontar la incertidumbre y los retos del mundo actual.

## El nuevo relato de la escuela

La comunicación estratégica integrada a la acción planificada pastoral se convierten en una herramienta poderosa con la que cuenta un colegio para expresar su visión del mundo y la imagen del futuro que quiere construir, al permitir enunciar, desarrollar y transmitir una visión compartida de la sociedad que quiere proyectar, llevándolos a ser mejor percibidos y valorados entre los diferentes colectivos con lo que se relaciona.

La comunicación se convierte así es un componente trascendental a la hora crear el valor diferencial en las escuelas católicas. La meta será aprovechar los recursos y canales, internos y externos, para captar, fidelizar, posicionar y por supuesto, enamorar a la sociedad con nuestro proyecto educativo.



La gestión de la comunicación es una pieza fundamental en la estrategia de nuestro centro y debe abordarse de manera integral, abarcando todas las formas de expresión e interacción: nuestras instalaciones, el personal administrativo, de servicios, el equipo docente, los directivos, la página web, las redes sociales, el video corporativo, el logo, los colores que nos representan, en fin, todo debe responder a una estrategia coherente que transmita la visión de futuro que queremos construir como escuela Católica.



Para que la comunicación sea efectiva, debe evolucionar con el colegio y ayudarlo a transitar hacia una cultura organizacional que surja desde dentro hacia afuera. Hoy más que nunca se ha evidenciado que el colegio es más que una organización a la que padres y alumnos están vinculados, es una idea de esperanza, un conjunto de valores que se viven y se respiran diariamente. Cuando un padre matricula a sus hijos en nuestras instituciones católicas esperan de todo corazón haber acertado y confían en nosotros como una apuesta de futuro en la formación más preciada que pueden tener: sus hijos.



## La comunicación en la era digital

El impacto tecnológico que han producido las TIC en el mundo de la comunicación ha establecido una nueva forma de interactuar entre las personas y las instituciones y el sector educativo no ha escapado a esta realidad, al contrario podría decirse que es uno de los colectivos donde mayor relevancia ha tenido este nuevo paradigma de interacción, pues ¿en qué otro sector confluyen tantos actores diariamente alrededor de una marca para compartir sus gustos, preferencias y valores, en un relacionamiento de tantos años?



Ya no podemos considerar a las familias como simples sujetos pasivos, receptores de mensajes y consumidores de nuestros servicios como institución educativa. Son generadores y partícipes de la comunicación de los colegios, convirtiéndose en muchos casos en promotores e influenciadores de nuestro colegio y en otros, por el contrario, detractores de la institución, influyendo positiva o negativamente en la toma de decisión de futuros clientes potenciales. Basta con dar una mirada a las redes sociales de los colegios para identificar el grado de satisfacción o insatisfacción de las familias y ahí mismo se evidencia qué tan acertada está siendo la estrategia del colegio para entablar una conversación y escucha adecuadas.

## Manos a la obra

Actualmente, las familias están más dispuestas a seguir instituciones donde no solamente hable la marca, sino que lo hagan las personas que están detrás de esas marcas. Y aquí debemos ir más allá y aprovechar y potencializar el sentimiento de pertenencia que nos une, para que docentes, estudiantes, familias, personal administrativo y exalumnos, difundan la identidad, cultura y valores de nuestro colegio a través de sus redes sociales.



## Comunicación interna:

el objetivo de este apartado desde la acción pastoral planificada, es crear una cultura organizacional donde las personas que están vinculadas a diario a nuestra institución se sientan partícipes del proyecto educativo que estamos construyendo. Que vivan nuestros valores institucionales y estén en capacidad de transmitirlos cada vez que tengan la oportunidad de hacerlo, a través de sus propios medios y canales. Así conseguiremos embajadores de marca de nuestro colegio, que puedan respaldar la comunicación corporativa que queremos transmitir al exterior, pues nuestra estrategia debe forjarse al interior de la institución para proyectarse hacia fuera. Esta será la verdadera diferenciación en la que promoveremos la humanización y dignificación de todas las personas que integran la institución.



## Comunicación externa:

en este punto debemos definir los diferentes públicos o grupos de interés con los que el colegio quiere (o debe) dialogar. Para ello, resulta de gran utilidad tener nuestro mapa de públicos (ver gráfica 1), de esta manera será más fácil identificar los canales adecuados y los mensajes pertinentes para cada uno de ellos, pues no es lo mismo hablar a padres de familia, que a medios de comunicación. El objetivo de la comunicación externa es mejorar la imagen de marca del colegio, su posicionamiento y reputación como centro educativo.



## Gestión de crisis:

si algo hemos tenido que aprender en los colegios durante la pandemia es a gestionar las crisis, donde el componente comunicativo ha sido crucial para salir airosos. Involucrar en nuestra estrategia de comunicación la gestión de crisis, nos permite estar preparados ante situaciones que puedan poner en riesgo el buen nombre o la credibilidad del colegio. Lo importante en este apartado es anticiparnos a este tipo de situaciones y tener identificados los protocolos de actuación y las personas que intervendrán, para que ante un hecho imprevisible salgamos lo menos afectados posible. Si hemos hecho la tarea correctamente en los dos puntos anteriores, será mucho más fácil, pues contaremos con una red de aliados que saldrá a respaldarnos y hablar positivamente a través de las redes sociales y si hemos gestionado correctamente la relación con medios, seremos su principal fuente y nuestra visión de los hechos será la que prime.

Como vemos, la correcta gestión de la comunicación, nos permitirá responder acertadamente a los retos que nos plantea el mundo actual, por lo que debemos incorporarla de manera estratégica a la planificación anual de nuestras instituciones, pues nos permitirá evidenciar y tangibilizar la misión educativa de la Escuela Católica al servicio de la promoción humana y cristiana; su visión compartida de esperanza en el futuro motivada por el bien común y el afán de contribuir a un propósito superior; así como visibilizar los valores que nos mueven como comunidad, a través de acciones y canales que promueven la humanización y dignificación de todas las personas que integran la institución: estudiantes, familias, docentes y administrativos, vinculándolos como actores activos de un proyecto educativo que responde a los nuevos tiempos a partir de la esencia y el carisma que nos impulsa para llevar la buena nueva como nos lo enseñó Jesús.

**“Os animo a renovar vuestra pasión por el hombre. El fracaso más grande que puede tener un educador es educar <dentro de los muros>; estáis por naturaleza abiertos al futuro...”**

*- Papa Francisco*



**¡Ya viene!  
La renovación educativa  
de la Pastoral, identidad y misión  
de la Escuela Católica**

