

BUENAS PRÁCTICAS EUSKALIT

# COMUNICACIÓN VISIBLE THINKING

MERKAT BERNAOLA



**BEGOÑAZPI**  
IKASTOLA

## Por qué estamos aquí



Por los **resultados**



Por nuestro **enfoque de la comunicación.**

## Para qué estamos aquí



Para **compartir nuestra experiencia y transmitir este nuevo enfoque**



Para **mostrar los elementos clave este nuevo enfoque.**



Para **aportar una nueva visión.**

## LA COMUNICACIÓN EN LA GESTION

## La comunicación como

- ❖ Herramienta de despliegue de la estrategia.
- ❖ Para reforzar la coherencia de principios y valores en las personas
- ❖ Para alinear a clientes, aliados y otros grupos de interes.
- ❖ Posicionamiento en la sociedad.

Eskola  
Jasangarria  
ZiurtagiriaCertificado  
de Escuela  
Sostenible

## LA COMUNICACIÓN EN LA GESTION

### Este concepto de comunicación es:

- ❖ Transmisión de información.
- ❖ Definición de intereses.
- ❖ Alineación de lealtades.
- ❖ Captación de nuevos clientes



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



Certificado  
de Escuela  
Sostenible



# Creando Culturas de Pensamiento



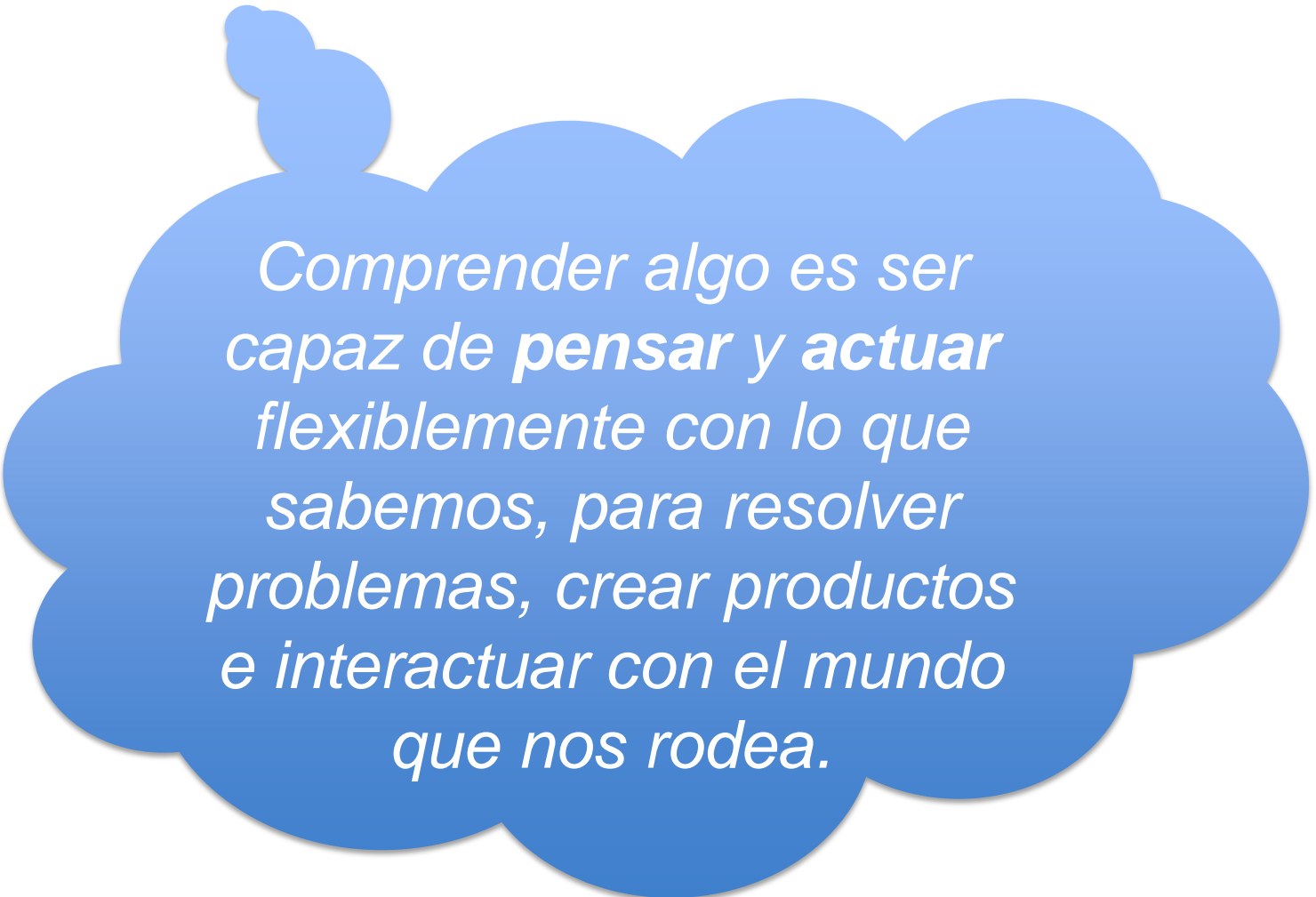
¿Como crear una Cultura de Pensamiento y Colaboración en el centro?



# Culturas de Pensamiento

Las culturas de pensamiento son **lugares** en donde el pensamiento del grupo, tanto colectivo como individual, se **valora**, se hace **visible** y se **promueve activamente** como parte de la experiencia cotidiana de todos los miembros del grupo.





*Comprender algo es ser capaz de **pensar y actuar** flexiblemente con lo que sabemos, para resolver problemas, crear productos e interactuar con el mundo que nos rodea.*

COMO

A TRAVES DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA  
DIFERENTE



VISIBLE THINKING COMUNICATIVO



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



Certificado  
de Escuela  
Sostenible





## VISIBLE THINKING COMUNICATIVO

La comunicación para hacer del día a día un espacio y tiempo totalmente accesible.



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



Certificado  
de Escuela  
Sostenible





BEGOÑAZPI  
IKASTOLA



You **Tube**



BEGOÑAZPI  
IKASTOLA



## VISIBLE THINKING COMUNICATIVO

Estimular el pensamiento de los grupos de interés y hacerlo visible.



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



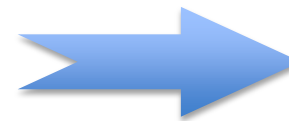
Certificado  
de Escuela  
Sostenible



## QUE ES ESTO?

- ❖ Trascender la visión comunicativa tradicional.
- ❖ Comunicar para hacer partícipes a los grupos de interés.
- ❖ Comunicar para crear.
- ❖ Comunicar para crecer juntos.
- ❖ Comunicar para co-crear visión.

Conocimiento que no se utiliza



Conocimiento en acción



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



Certificado  
de Escuela  
Sostenible



# El proceso evolutivo de Begoñazpi en la comunicación.

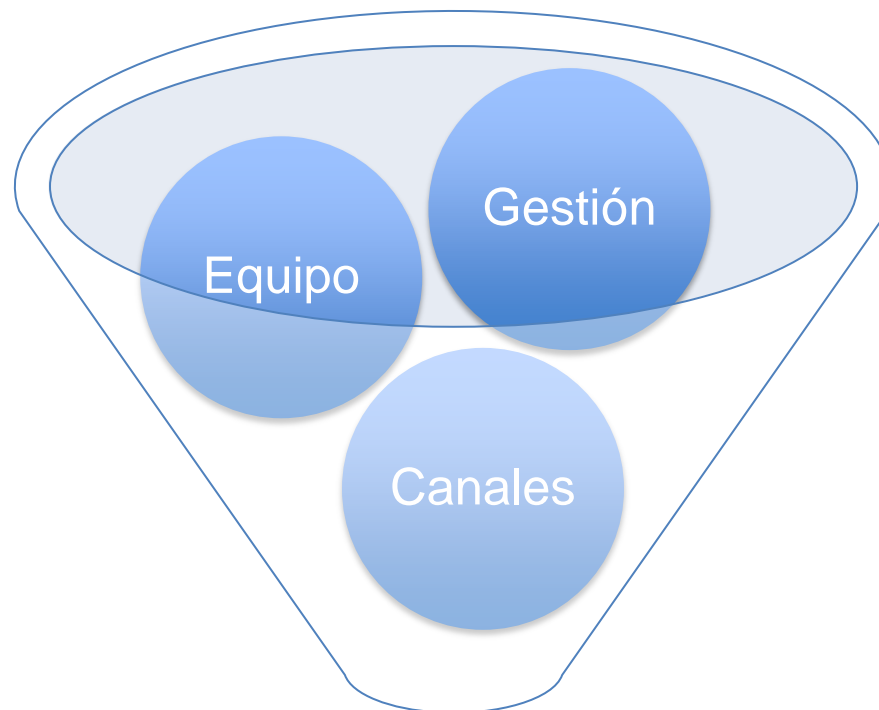
Una nueva visión cada vez más abarcadora que ha supuesto:

- 1] Desconcierto y salir de la zona de comodidad.
- 2] Explorar y encontrar el claro.

*“La transformación ha sido fruto de un proceso no de un suceso”*



# HERRAMIENTAS



**VISIBLE THINKING**



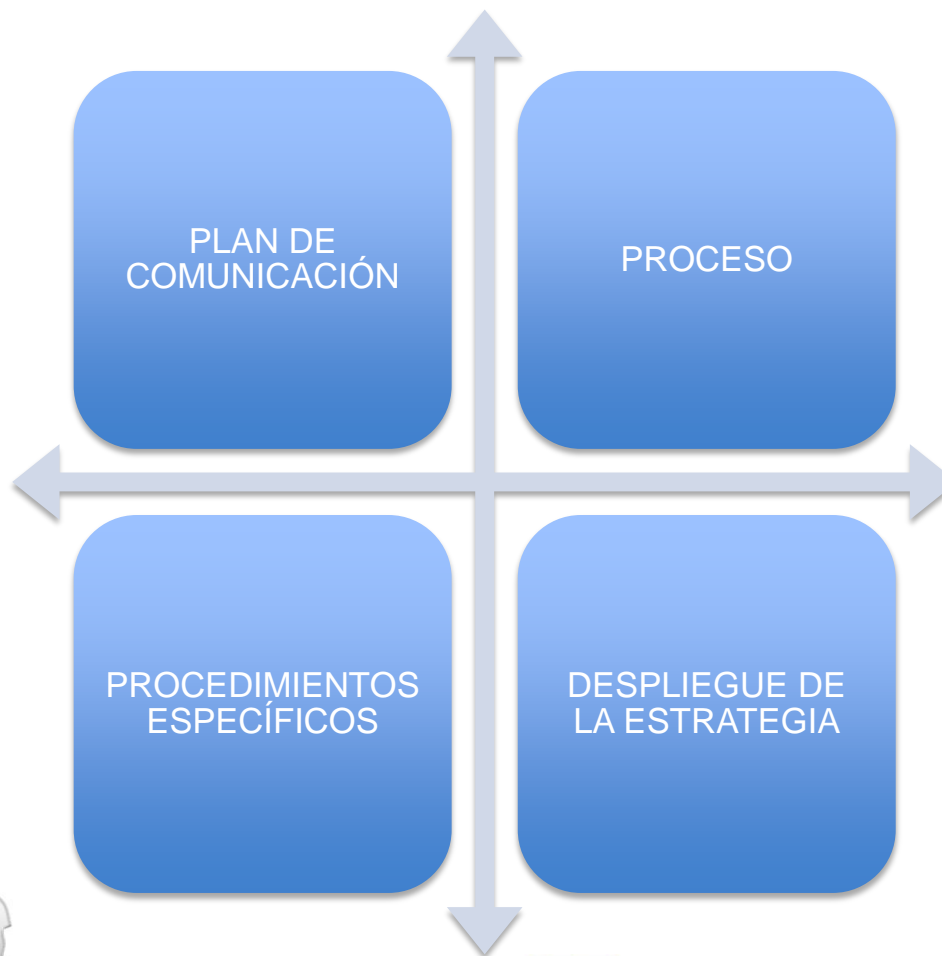
Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria



Certificado  
de Escuela  
Sostenible



# GESTIÓN



# EQUIPO



Eskola  
Jasangarria  
Ziurtagiria

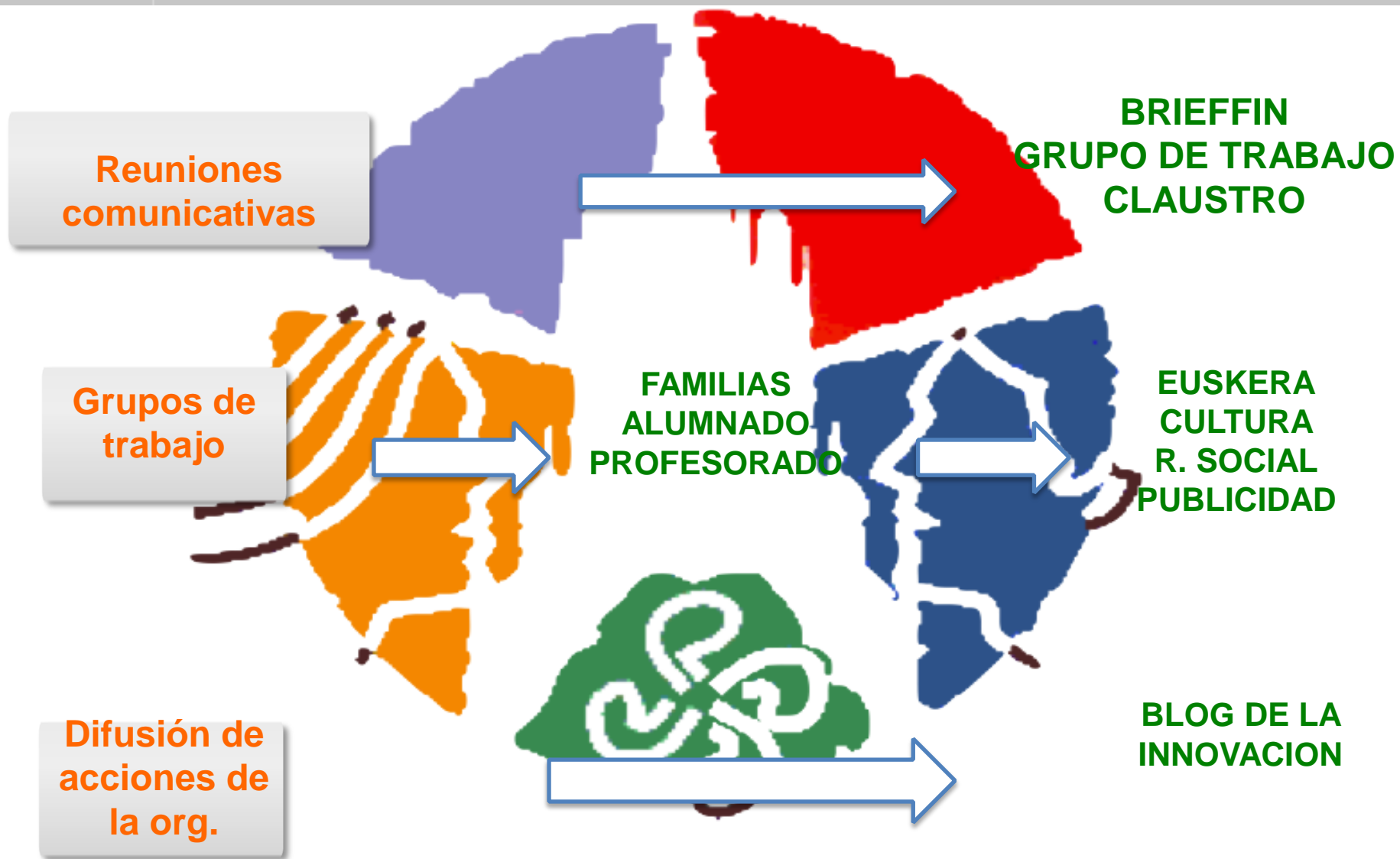


Certificado  
de Escuela  
Sostenible





# Canales



## Barrikuntzaren Arbela La Pizarra de la Innovación



<< Hezkuntzataz berba egin daigun

Hablemos de educación >>

### Emozioak, ikaslearen bizi-botikina

Zergatik eta zertarako kudeatu

Ume eta nerabeek **sentikortasun handiz** bizi dabez eguneroko jazoerak. Etxekoek, adiskideek, neska-lagunek eta mutil-lagunek, ikasketek, inguruneak... modu erabakigarrian eragiten deutse emozio multzoa azalerraraziz. **Emozio honeek kudeatu ahal izatea**, hau da, identifikatu eta egoera bakoitzari ondoen jator kon moduan egokitzea, oinarrizko tresna izango da ikasleen **osasun afektiboa** edo bizi-botikina hobetzeko. Beraz, horrek guztiak **egunez eguneko jardunaren hobekuntza ekarriko dau**: bere buruarekin, lagunekin, etxekoekin edo

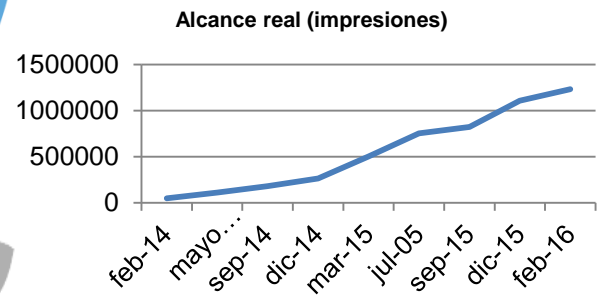
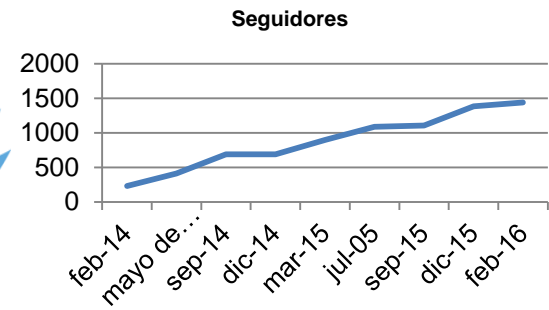
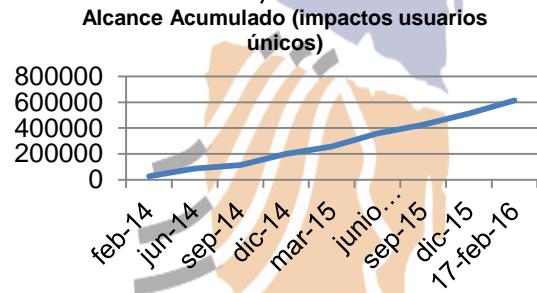
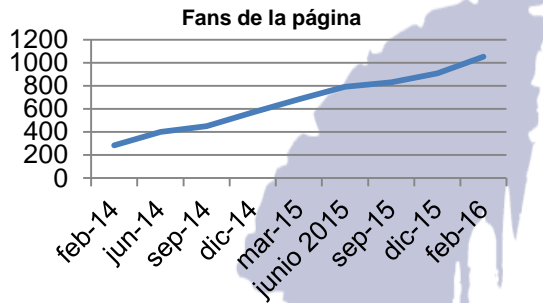
### Emociones, el botiquín vital del alumno

Por qué y para que gestionarlas

Los niños, los adolescentes **viven a flor de piel** los acontecimientos de su día a día. La familia, los amigos, novios y novias, los estudios, su entorno... afloran en ellos un cúmulo de emociones que, sin duda, les influyen de forma determinante. **Poder gestionar las emociones**, identificar y ajustar esas emociones a la que sea más conveniente en cada momento se ha convertido en una herramienta fundamental para conseguir **mejorar su salud afectiva**, su botiquín vital. Una mejora consigo mismo, amigos o

# Indicadores y resultados que avalan nuestra comunicación





BEG MAZP  
i K A S T O L A



[www.begonazpi.or](http://www.begonazpi.or)

g

Sept. 2015-feb. 2016

**24.166 usuarios  
únicos**

en

**84.514 sesiones**

De los que

**9.497 usuarios**

pasan más de 30 segundos en la  
página y ven más apartados

(60,7% TASA DE REBOTE):

Tiempo medio de permanencia

**2'03''**



**BEGOÑAZPI**  
IKASTOLA



[www.barrikuntza.begonazpi.org](http://www.barrikuntza.begonazpi.org)

Sept. 2015-feb. 2016

**2.062 usuarios  
únicos**

en

**2.884 sesiones**

**SIN TASA DE**

**REBOTE**

**0,00%:**

Tiempo medio de permanencia

**9'47''**



**AJEDREZ EN EL AULA**

35 impactos en prensa

6 reportajes de televisión  
5 reportajes en prensa escrita  
13 artículos en prensa online  
6 entrevistas en radio  
5 noticias de agencia

**GAZTE ROLE MODEL**

23 impactos en prensa

2 reportaje de televisión  
6 reportajes en prensa escrita  
8 artículos en prensa online  
6 entrevistas en radio  
1 noticia de agencia

**PROYECTO ADI  
ADIAN**

16 impactos en prensa

1 reportajes de televisión  
5 reportajes en prensa escrita  
5 artículos en prensa online  
4 entrevistas en radio  
1 noticia de agencia

**OTROS** (entrevistas solicitadas)

13 impactos en prensa

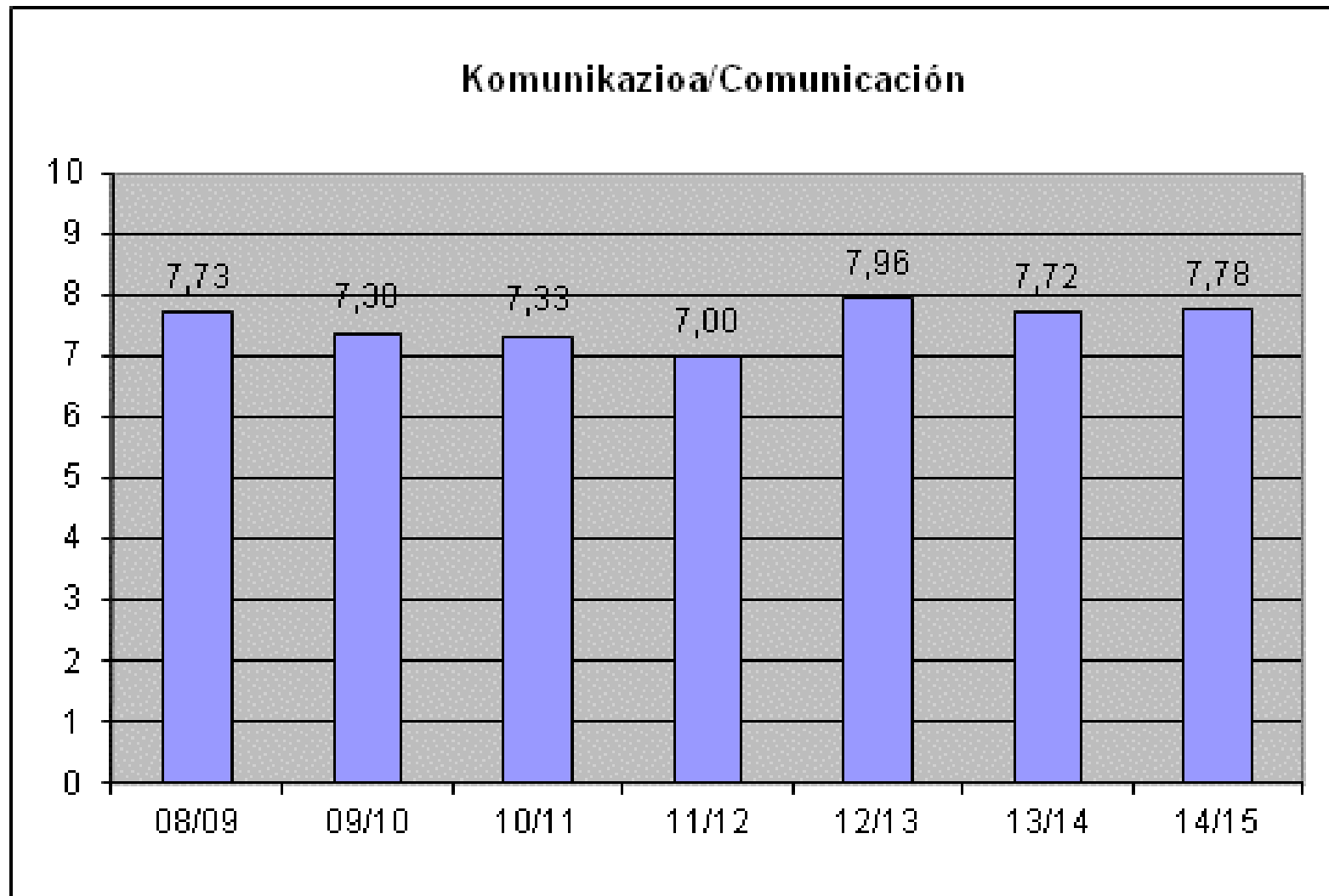
1 reportaje de televisión  
4 entrevista en radio  
3 articulos en prensa escrita.  
4 articulos en prensa online  
1 noticia de agencia.

**87 impactos en prensa**

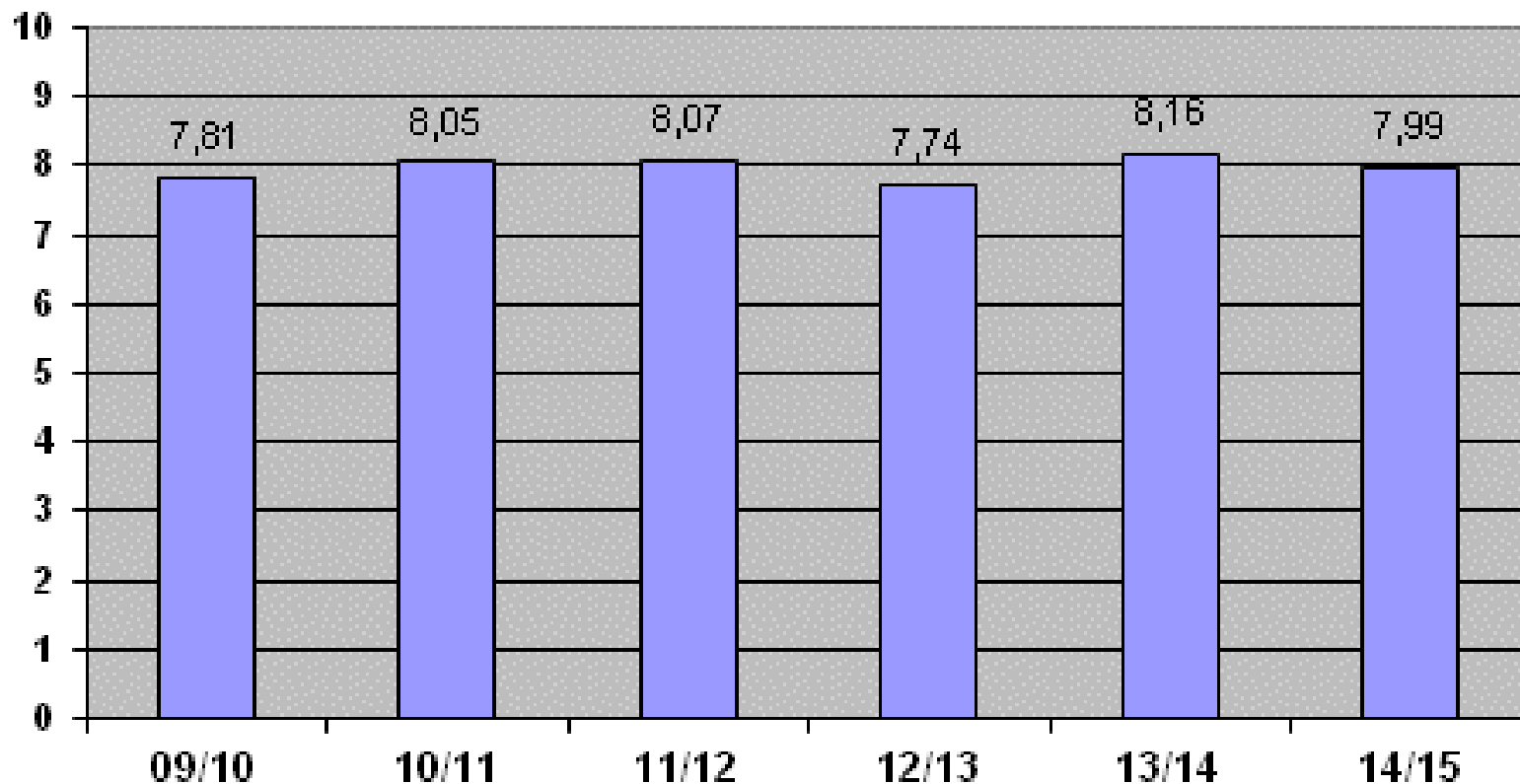
10 reportajes en  
televisión; 19 artículos  
en prensa escrita; 30  
noticias en prensa  
online; 20 entrevistas  
en radio; 8 artículos en  
agencias.



# Indicadores y resultados: Satisfacción de personas



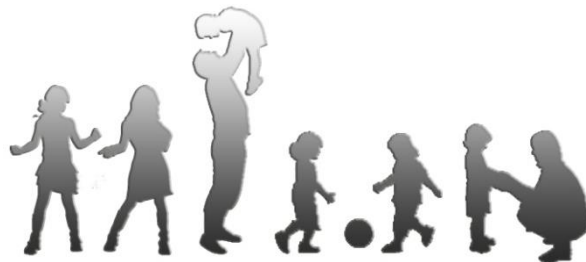
## Komunikazioa/Comunicación





## LECCIONES APRENDIDAS

- 1- Cuanta mayor transparencia mayor confianza.
- 2- La comunicación como herramienta del desarrollo de la inteligencia interpersonal.
- 3- La importancia del prefijo CO.
- 4- La importancia de ir acompañado para poder llegar lejos.

Eskola  
Jasangarria  
ZiurtagiriaCertificado  
de Escuela  
Sostenible

## TRANSVERSALIDAD

- Toda organización tiene la necesidad de comunicar.
- Toda organización tiene fases de desarrollo internas.
- Toda organización tiene grupos de interés.
- Toda organización busca llegar lejos.

Eskola  
Jasangarria  
ZiurtagiriaCertificado  
de Escuela  
Sostenible