IMPLEMENTACIÓN DE UN CATALOGO DE RECURSOS DIGITALES para trabajar con las personas usuarias en la situación de crisis provocada por el nuevo virus SARS-CoV-2

Alcance

Los diferentes enlaces de archivos como vídeos, infografías, o folletos, con el objeto de apoyar el trabajo de intervención social que se hace vía telefónica, son objeto de este documento. El procedimiento alcanza a todos aquellos materiales que ya hayan sido enviados a las personas usuarias.

Objeto

Creación de un catálogo de recursos digitales, único para todos profesionales de la organización implicadas en la tutorización y acompañamiento de personas usuarias en la situación de crisis provocada por el nuevo virus SARS-Cov-2.

El catalogo estará conformado por enlaces o URL a páginas, sistemas, sitos u cualquier tipo de almacenamiento de información de las terceras personas propietarias de los recursos.

El catálogo se realiza con la participación de todos los profesionales de la organización y tiene como objeto el apoyo a la intervención social telemática.

Además, este catálogo tiene un carácter abierto y universal y se publicará en la web de la organización, para cualquier persona usuaria de internet. No todos los contenidos tendrán que tener la consideración de abiertos.

Proceso

Identificación de contenidos

Se entiende por contenido didáctico, un recurso en formato digital utilizado en los procesos de tutorización, acompañamiento y aprendizaje de las personas usuarias, pero también cualquier material digital que un profesional de la organización o persona usuaria utiliza para realizar un programa, calendario, guía docente, apunte, actividad, tutorial, etc.

En líneas generales, los contenidos del catálogo que se establecen son:

- Comprensión de la situación de emergencia
- Orientación para el cumplimiento de las recomendaciones de las autoridades
- Planificación de la nueva situación
- Gestión del tiempo en momentos de incertidumbre
- Recursos y ejercicios en casa
- Alimentación y consumo responsable
- Teléfonos oficiales de información
- Métodos para evitar bulos y fake news
- Medidas de autoprotección
- Orientar hacia los autocuidados y prevención de exposición optima
- Cuidado de los demás
- Uso de iniciativas culturales y artísticas sin moverse de casa
- Iniciativas de ocio digital en abierto
- Actividades en línea con los profesionales

Se podrán establecer otros contenidos según evolucione la situación de crisis.

Selección de recursos

Se entiende por recursos aquellos materiales o herramientas que tienen utilidad en un proceso de tutorización, acompañamiento o aprendizaje de personas usuarias. Haciendo uso de un recurso didáctico, los profesionales de la organización pueden conseguir los objetivos de apoyo social a la intervención con las personas usuarias.

Estos recursos, diseñados por terceras personas, con otros o similares propósitos, son usados e interpretados por los profesionales de la organización para los procesos de tutorización y acompañamiento, además de los procesos de formación.

Los materiales o herramientas que podrán útiles para nuestro propósito son:

- Materiales gráficos: textos, guías, folletos, infografías, manuales y libros.
- Materiales audiovisuales: películas, videos.
- Software: videojuegos, presentaciones multimedia, animaciones, simulaciones interactivas.
- Servicios telemáticos: páginas web, blogs, videos interactivos, web educativas, dónde la persona usuaria puede actuar.

La selección de recursos se realiza bajo los siguientes criterios:

- Información y contenidos que provienen de la experiencia contrastada y publicada; es decir son empíricos y consensuados en la comunidad científica.
- La presentación del contenido es clara, lo que implica que rápidamente se localizan cada uno de los apartados o ideas que contiene.
- El contenido es coherente con los objetivos, destrezas que se han de desarrollar y modos de explotación.
- Se destacan ideas claves de forma que la persona usuaria lo recibe intuitivamente.
- Comprensión y aplicación fácil a las personas usuarias, el contenido es adecuado al nivel de conocimiento de los destinatarios.
- Contribución al objetivo diseñado en la intervención con la persona usuaria.
- Interoperabilidad, el recurso es válido para ser utilizado en múltiples entornos y sistemas.
- El contenido esta actualizado
- El contenido no presenta sesgo ideológico.
- El contenido respeta los derechos de propiedad intelectual cuando utiliza otras fuentes.

La interpretación de los criterios debe ser precisa. Todos los profesionales de la organización deben aplicar los criterios de manera semejante.

Edición del recurso

La estrategia de contenidos seguida por la organización para la creación de esta herramienta se establece a través de post o entradas web en el sistema de REDconsultora: www.redconsultora.com/intranet

Todos los recursos que se comparten serán descritos e identificados de manera clara, breve y precisa.

En líneas generales, hay que escribir para las personas usuarias. La descripción del recurso se realiza con la siguiente regla:

- Qué se aprende o para qué sirve el recurso
- A quién va dirigido

- Las destrezas que serán desarrolladas
- Qué destreza o conocimiento se pretende mejorar
- Instrucciones de uso o funcionamiento

El recurso se describirá a través de una ficha de metadatos para facilitar el uso, la localización y la selección los recursos. Estos son:

- El título

  Podrá coincidir con el titular del post.

- El autor/es

  Se especificará los autores en el caso que el material sea identificado con un autor. También se especificará la empresa autora o editora.

- La información didáctica (objetivos didácticos, destinatarios, instrucciones, destrezas) y otras cuestiones que sean necesarias
- Destinatarios
- Categoría de contenidos y del buscador
- Depósito legal

  En el caso que el material tenga depósito legal o ISBM se especificará, de igual manera se especificará si es de libre distribución.

Validación del recurso

Las publicaciones abandonarán el estado de borrador cuando la dirección compruebe:

- La validez del recurso según los criterios establecidos para su descripción
- Que los contenidos tienen relación con los identificados en este documento
- Que los materiales o herramientas que se difunden son correctos y no contrarios a la ciencia y/o a la ley
- Que se han definido las palabras clave y que son utilizadas según se indica en este documento
- Que la línea editorial del texto sigue las recomendaciones especificadas
- Correcta asignación de categoría

En el plazo máximo de 24 horas el recurso estará validado y por tanto será público, en este momento se obtiene el estado de Publicado.

Mientras llega el cambio de estado, la persona encargada de la supervisión activará el estado de pendiente de revisar.

La persona encargada de la validación del recurso optimizará la URL de acceso al post tal y como se indica en el anexo del proceso técnico que acompaña a este documento.

Publicación del recurso

Adquirido el estado de publicación, el recurso está disponible para todas las personas trabajadoras, personas usuarias y audiencia de la página web.

Esta disposición permite la interacción con las personas usuarias y audiencia a través de la URL del post.

Distribución y difusión

El uso de recursos de apoyo para la intervención profesional de las personas trabajadoras de la organización ha de estar sujeto a las normas de autoría de las personas autoras. Nunca se distribuyen archivos con los materiales que queramos recomendar, tendrán que descargarse por las propias personas usarías.

La distribución y difusión de los recursos establecidos en el catálogo se hacen sobre el (URL) corporativa del post realizado y nunca de la (URL) del propietario del recurso.

Ejemplo:

Hacemos llegar el decálogo para fomentar el apego en casa en estos días de aislamiento, no adjuntamos el enlace original:

https://psicoveritas.com/blog/decalogo-gratuito-para-fomentar-el-apego-en-casa/

Se adjunta la (URL) que hemos optimizado desde el slug.

https://www.redconsultora.com/apego/

Los enlaces (URL) de los diferentes recursos serán usados por los diferentes profesionales de la organización en función la estrategia social media y la estrategia email marketing.

Estrategia social media (Facebook, Twitter, WhatsApp)

De forma general, el recurso será compartido por la organización en las diferentes cuentas de las redes sociales de la organización.

De igual manera, las personas trabajadoras podrán compartir, con carácter general, estos recursos a través de sus perfiles profesionales.

Los recursos se compartirán desde las opciones de compartir que se encuentran en cada post de la plataforma de REDconsultora.

Como recurso de apoyo a la intervención de los profesionales, los recursos podrán ser utilizados para compartir con aquellas personas que tengan perfiles en las redes y que hayan establecido este canal como posible medio para la intervención. Esta actuación se hará con la supervisión y aprobación de la dirección con el fin de velar por la seguridad, privacidad, y confidencialidad de la persona trabajadora.

Estrategia email marketing

En esta estrategia, el correo electrónico y el WhatsApp son la herramienta que servirá para la distribución de los enlaces establecidos en el catálogo, su uso ha de estar supeditado a consentimiento.

La persona trabajadora podrá utilizar estos recursos para el apoyo de su intervención haciendo legar un enlace de la (URL) del post.

Todas aquellas personas usuarias, profesionales, o de la audiencia del web que hayan registrado su correo electrónico en el sistema de newsletter y establezcan las categorías de contenidos que les interese, recibirán de forma automática un boletín cada 6 entradas nuevas.

La mensajería instantánea es la segunda herramienta preferente en esta estrategia. Su uso ha de estar supeditado a consentimiento.

Para el apoyo de la intervención profesional de las personas trabajadoras en el servicio telemático que sustituye la intervención presencial, se mantiene la prohibición general de hacer grupos. Para comunicaciones masivas, se establecerá el modo de difusión en el caso de que la herramienta de mensajería sea WhatsApp, En el caso de usar otra, se buscará la misma funcionalidad. A diferencia de los grupos, la posible comunicación con la persona trabajadora es bidireccional y privada, nunca grupal.

Uso didáctico de los recursos

Todo material irá precedido de indicaciones personalizas y ajustadas a cada persona usuaria.

ELABORADO y REVISADO POR: GESTOR DE CALIDAD	APROBADO POR: DIRECCIÓN
Firmado por TERAN DIEZ FRANCISCO JAVIER - 13759562L el día 31/03/2020 con un certificado emitido por AC FNMT Usuarios	Firmado por 13761465J ALICIA BEIVIDE (R: G83587097) el día 31/03/2020 con un certificado emitido por AC Representación

Anexo I. Proceso para la edición de post/entradas web en el CMS de REDconsultora

Planificación de los contenidos

Identificación del recurso

Una vez identificado el recurso, se localizará en enlace o URL que vamos a distribuir.

El enlace ha de ser de una fuente propietaria del recurso y nunca se hará a través de sitios, repositorios, web, etc., de terceras personas.

Abre la plantilla que encontrarás en el documento P.E.5-1-DOC-4-IMCPTD, y prepara la información que te pide la tabla de metadatos y el resto de los apartados que aquí describimos.

No copies la tabla a otros documentos, utiliza siempre la información en la plantilla que te proporcionamos. Puedes usar una plantilla para cada recurso, pero no uses nunca un archivo de un recurso que has guardado. Para que no tengas problemas de desconfiguración, cuando copies la tabla en el CMS usa siempre la plantilla que te proporcionamos en la última versión.

Descripción de la palabra clave o Keyword

Antes de escribir el texto que describa el recurso, según se establece en la estrategia SEO, hay elegir una sola palabra clave y a ser posible que no se haya utilizado para otro post.

La palabra clave o keyword puede ser de una o varias palabras. La recomendación es siempre utilizar keywords que contengan varias palabras mejor que una sola.

Al escribir una palabra clave hay que ser lo más correcto posible y por supuesto deberás colocar todos los acentos.

También hay que tener cuidado en no usar en el nombre del dominio u otra parte de las URL, porque pueden dar lugar a problemas.

Por ejemplo:

Nos disponemos a publicar el servicio que la Comunidad de Madrid pone en marcha.

De la lectura del servicio en su correspondiente enlace conocemos que es un número de teléfono gratuito de apoyo psicológico para la gestión emocional en población vulnerable. Se trata de atención psicológica para facilitar el afrontamiento y la gestión emocional provocada por la situación de alerta social y sanitaria derivada de la crisis del coronavirus (COVID-19). Además, sabemos que el teléfono está disponible las 24 horas del día los siete días de la semana.

Una buena palabra clave sería: Apoyo población vulnerable

El título del post

Pensamos en el título de tu post que es de obligado cumplimiento y ha de tener suficiente gancho para atraer la atención de la persona usuaria.

Algunos consejos:

- El titulo no debe de ser igual que el que encontramos en la publicación propietaria del recurso.
- Evitar títulos excesivamente largos
- Describir qué y quién de lo que queremos distribuir
- Utilizar la palabra clave en el título

Ejemplo:

El titular del comunicado de la Comunidad de Madrid es un poco largo para que sea el título de nuestro post; “La Comunidad de Madrid pone en marcha un número de teléfono gratuito de apoyo psicológico para la gestión emocional en población vulnerable”

Un buen título será: “Teléfono gratuito de apoyo psicológico a la población vulnerable”

Observar que contiene la palabra clave: apoyo psicológico a la población vulnerable, además contiene el qué y el quién, que en este caso es la palabra clave.

Descripción e identificación del recuso

En la redacción se utilizará la keyword. Para que no recargar el texto se establecen las siguientes reglas:

- Meter la palabra clave en una de las opciones de la tabla de metadatos.
- Utilizar dicha palabra con naturalidad, sin forzar su uso.
- Procurar usar «variantes» de la keyword, decir lo mismo con otras palabras si esta no encaja.

Ejemplo:

Continuamos con el recurso de apoyo psicológico para la población vulnerable de la Comunidad de Madrid.

El cuadro de Metadatos sería el siguiente:

Titulo	**Teléfono gratuito de apoyo psicológico**
Autor/Autores	Comunidad de Madrid
Destinatarios	Población vulnerable
Categoría de contenidos	Orientar hacia los autocuidados y prevención de exposición óptima (1)
Categoría del buscador	Pedir ayuda (2)
Información/conocimientos que se desarrollan y se quieren mejorar	La Comunidad de Madrid ha puesto en marcha un número de teléfono gratuito de atención psicológica para facilitar el afrontamiento y la gestión emocional provocada por la situación de alerta social y sanitaria derivada de la crisis del coronavirus (COVID-19).
Instrucciones de uso o funcionamiento	El número de teléfono es el 900 124 365, disponible las 24 horas del día los siete días de la semana.

(1) Elegimos una de las categorías especificadas en la identificación de contenidos de este documento.

(2) Elegimos una categoría de las siguientes categorías:

- Cuidar a la familia
- Hacer ejercicio
- Hacer manualidades
- Leer libros y cuentos
- Oír podcast (radio en línea)
- Pedir ayuda
- Repasar conceptos
- Ver series y películas online
- Ver teatro
- Jugar con videojuegos
- Visitar el museos

Las categorías se han descrito con sencillez y cercanía a las personas usuarias y audiencia.

Se podrán añadir más categorías o modificar estas.

Resumen o extracto

Este texto es clave en la búsqueda y localización de los recursos. En nuestro CMS, el extracto se publica junto al título del recurso.

Se realizará un texto entre 55 y 225 caracteres. Es necesario utilizar la palabra clave.

Ejemplo:

La Comunidad de Madrid para **apoyar** a la **población vulnerable** ha puesto en marcha un número de teléfono gratuito de atención psicológica que facilita el afrontamiento y la gestión emocional provocada por la situación de alerta social y sanitaria derivada de la crisis del coronavirus (COVID-19).

La palabra clave es: apoyo población vulnerable.

Edición de datos en el CMS

El siguiente paso es editar esta información en el Sistema de Gestión de Contenidos, o CMS, de REDconsultora. Para ello, consulta la Guía rápida para la edición de Post/entradas web en el CMS.

Todas las personas trabajadoras de la organización publicarán desde su perfil en el sistema de REDconsultora. Su acceso se establece a través de la intranet y serán válidas las mismas claves y contraseñas.

Los recursos publicados estarán identificados a un perfil concreto.

Validación del recurso

La validación de los recursos finalizará con la optimización del slug o URL por la cual se accede a un post. Corresponde esta acción a la persona encargada del servicio o en la persona en quien delegue.

Para optimizar el slug no ha de utilizarse nunca la estructura por defecto para los enlaces utilizada por el sistema de la organización. El slug automático no es comprensible, ni para las personas usuarias, ni para los buscadores.

Se tendrá que modificar el slug de tal manera que facilite el acceso al post.

Ejemplo:

El slug automático de un post es:

https://redconsultora.com/decalogo-gratuito-para-fomentar-el-apego-en-casa/

El slug optimizado es:

https://redconsultora.com/apego-en casa

Escoge las palabras clave que mejor describen el contenido y que van a ayudar a las personas usuarias o audiencia a recordar mejor la URL.

Importante: el sistema no nos dejará repetir un slug más de una vez, en ningún caso. Si se hace, el CMS añadirá un número “2” al final de la URL, para diferenciarla de la que ya existía.