Planes de comunicación, página web institucional, redes sociales y Netiqueta

Otro de los contenidos de esta competencia según el marco de referencia en competencia digital docente habla de la necesidad de:

> *Emplear las normas de etiqueta digital en las comunicaciones a través de medios digitales y respetar la política de uso establecida por la A. E. y/o por el centro educativo.*

En este sentido, hay dos elementos que tenemos que tener en cuenta: el **plan de comunicación** de nuestro centro y la **Netiqueta**.

Recordamos que unos de los indicadores de logro hace referencia a este aspecto:

> 1.1.B2.2. Colabora en el desarrollo o mejora del plan de comunicación del centro.

¿Qué es un Plan de Comunicación?

Un plan de comunicación **establece las líneas maestras del modo en el que el centro se comunicará**, tanto con la comunidad educativa como con agentes externos. En él se recogerán los siguientes aspectos:

- **Objetivos**: Deben ser específicos, medibles y alcanzables. Por ejemplo: *"Compartir las actividades, programas y proyectos de los que forma parte el centro."* o *"Comunicar a todos los miembros de la comunidad educativa de un modo sistemático."*
- **Público:** A quién van dirigidos los mensajes y comunicaciones (familias, claustro)
- **Canales de comunicación:** Que medio o medios de comunicación se van a utilizar en cada situación. Correo corporativo, página web, teléfono, grupo de difusión de *Whatsapp*,

Copyright 2026

RRSS.

- **Rendimiento:** Cómo se han medido los objetivos, el flujo de comunicación. Por ejemplo: las publicaciones en redes sociales ofrecen estadísticas de alcance e interacciones.
- **Estilo:** Hace referencia tanto al registro de comunicación que vamos a utilizar (formal, informal, desenfadado, lenguaje connotativo o denotativo...) como a aspectos gráficos y de diseño (como presentar infografías, colores decididos, tipología de fuente, etcétera)
- **Responsables:** Qué miembro o miembros se van a encargar de llevar a cabo las acciones del plan
- **Herramientas**: Haría referencia a las aplicaciones o métodos que utilizaremos para establecer dichas comunicaciones. En muchos casos puede confundirse con el canal.

Ejemplo: Canal → e-mail Herramienta → Outlook, Gmail, Aeducar...

> Para saber más accede a los siguientes documentos: Plan de comunicación del INTEF o la Guía de elaboración del Plan de Comunicación de la web CDD Aragón

> A tener en cuenta: ORDEN DE LA CONSEJERA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y UNIVERSIDADES POR LA QUE SE DICTAN INSTRUCCIONES REFERIDAS AL USO DE LOS TELÉFONOS MÓVILES Y LOS DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS EN LOS CENTROS DOCENTES NO UNIVERSITARIOS SOSTENIDOS CON FONDOS PÚBLICOS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN.

Página web institucional

Tener una página web institucional es esencial en la actualidad. La página web debe ser el sitio principal de referencia para los contenidos publicados en otros medios sociales. Es importante que tenga un diseño atractivo, actualizado y que haya un mantenimiento continuo de la misma con el doble objetivo de dar respuesta a la comunidad educativa y presentar el centro a los usuarios externos.

Lo más complejo es precisamente lograr una estructura clara que permita al usuario navegar por ella con facilidad y encontrar la información que le interesa de la forma más rápida posible, si bien podemos considerar que una página de un centro educativo debe contener:

- **Información y contacto**: dirección, teléfono, correo electrónico genérico, horario de secretaría, equipo directivo y claustro. Puede incluir los enlaces a las redes sociales del centro.
- **Noticias**, novedades y última hora, vídeos... siempre en portada.
- **Oferta educativa**

Copyright 2026

- **Información se servicio del centro, proyecto educativo e historia.**
- **Servicios** (instalaciones, comedor, extraescolares, plataformas educativas, etc.)
- **Actividades habituales del centro**.
- **Zona de información y descarga:** Espacio donde se puede facilitar información sobre horarios, calendario escolar y donde poder descargar documentos como impresos de matrícula, justificantes de faltas...
- **Proyectos a los que el centro esté adherido**: Erasmus, BRIT, Escuela amiga de UNICEF...
- **Enlaces a otras páginas de interés relacionadas con el centro educativo:** Blogs de aula, wiki de alumnos o web de la AMYPA
- **Aviso legal**. Protección de los datos que se muestran en la web. Debe ser permanentemente accesible, fácil de encontrar y de consultar. Podemos incluir ahí la política de privacidad y la de cookies

> RECUERDA: De nada sirve tener un espacio web que no se actualiza

Redes Sociales

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para las comunicaciones de los centros educativo, ahora bien, muchos de ellos las utilizan sin tener un objetivo definido para la comunicación institucional, por ello es importante señalar que en las primeras etapas formativas, la información se dirigirá principalmente a los padres, pero en Secundaria y Bachiller, los alumnos también son parte del público objetivo al que nos dirigimos. Y no hay que olvidar, que los alumnos son unos grandes generadores de contenidos que luego el centro puede utilizar.

Teniendo esto en cuenta debemos priorizar y seleccionar las redes sociales más útiles para nuestra comunicación, pues su gestión y estar activamente presentes requiere tiempo. Entre las más conocidas y utilizadas por madres y padres, nos encontramos con **Instagram, Twitter** y **Facebook**, siendo esta última la que da la opción de subir textos más largos y muchas más fotos. Los alumnos, por su parte, prefieren redes mucho más visuales como **YouTube, Instagram y TikTok**, que permiten publicar y editar vídeos.

Loles Sancho, experta en Marketing Educativo señala que los **contenidos que podemos publicar** o compartir son:

1. Los contenidos que se generan dentro del centro.
   - Actividades sobre excursiones.
   - Fiestas del centro (navidad o fin de curso).
   - Actividades como representaciones teatrales, talleres o formaciones específicas.
   - Artículos de interés escritos por profesores o alumnos.
   - Calendario de actividades y horarios.

Copyright 2026

- Circulares o comunicaciones que se distribuyan en folletos o trípticos.

2. Los contenidos que se generan fuera del centro educativo.
   - Artículos en blogs o revistas digitales que hablan de temas de gran interés para tus diferentes públicos.
   - Tutoriales en canales de YouTube que no sean del centro que hablen sobre técnicas de estudio, manualidades, educación en valores, etc
   - Noticias de instituciones que representan a nuestro centro educativo.
   - Calendarios escolares de cada comunidad autonómica.
   - etc.

> Recuerda, que el tipo de contenido a publicar debe estar descrito en la definición de tu público. *«Es lo que ellos esperan de ti, no lo que tu quieres»*. Piensa en qué les gustaría a ellos que tú les ofrecieras en tus perfiles sociales.

Revision #6
Created 2023-03-30 18:56:54 CEST by Chefo Cariñena
Updated 2023-05-31 12:59:18 CEST by Chefo Cariñena

Copyright 2026