Competencia 1.1 COMUNICACIÓN ORGANIZATIVA

En este capítulo se cubre la primera de las competencias del área 1 del MRCDD y su relación con la enseñanza de idiomas en las distintas etapas educativas.

- Introducción
- Herramientas oficiales para comunicarnos con la Administración
- Herramientas de autor para la comunicación organizativa: el correo electrónico
- Planes de comunicación, página web institucional, redes sociales y Netiqueta

Copyright 2026

Introducción

Esta es la primera competencia del Área 1. Compromiso profesional del Marco Digital Docente. En ella se recoge el uso de las tecnologías para la comunicación organizativa en los diferentes ámbitos de la labor docente:

> Utilizar las tecnologías digitales establecidas por las Administraciones Educativas o, en su caso, por los titulares del centro, para aplicar las estrategias de comunicación organizativa entre los agentes de la comunidad educativa y de estos con terceros, contribuyendo a la mejora de dichas estrategias y a la proyección de la imagen institucional de la organización.

Esta estrategia fija cómo comunicarnos tanto con los miembros de la comunidad educativa (alumnado, docentes, familia) **como con entidades externas**, siendo conscientes de la imagen corporativa que quiere ofrecer.
En este sentido, como profesionales, hemos de utilizar los medios de comunicación establecidos por el centro o departamento de un modo eficiente, siguiendo una línea de imagen corporativa y respetando las políticas de uso aceptable del centro.

En nuestro caso, como docentes de idiomas, podemos establecer una serie de pautas para la comunicación en la Lengua Extranjera con compañeros del departamento, alumnado u otras instituciones, en función de nuestros objetivos.

Los ***contenidos*** que integran esta competencia son:

- Utilizar las tecnologías digitales para mejorar la comunicación organizativa con estudiantes, padres y terceros.
- Respetar y promover el respeto de las normas de uso de los distintos medios de comunicación digital (etiqueta digital) y aplicación de la política de uso aceptable de los medios de comunicación establecida por la organización educativa.
- Contribuir al desarrollo y mejora, a través de la colaboración, de las estrategias de comunicación organizativa.

Los indicadores del MRCDD en esta competencia establecen que en el nivel B2 un docente:

- *1.1.B2.1. Identifica y pone en práctica usos complementarios de las herramientas de comunicación organizativa respetando las políticas de uso aceptable establecidas en el centro.*
- *1.1.B2.2. Colabora en el desarrollo o mejora del plan de comunicación del centro.*

Copyright 2026

- *1.1.B2.3. Presta apoyo, de manera informal, a otros docentes, en la correcta utilización de las tecnologías para la comunicación del centro.*

El desempeño se constata si aplico y difundo (en el centro) el uso de tecnologías digitales para la comunicación en nuevos contextos, por ejemplo:

- Creando hilos de discusión sobre la huella digital, el ciberacoso... en el foro del centro.
- Participando en la comisión de trabajo para la creación de un manual de estilo corporativo de las publicaciones en la web del centro.
- Ayudando a otros docentes de mi centro en el uso de las herramientas de comunicación, por ejemplo, publicación de contenidos en la web.

A lo largo de este capítulo iremos viendo diferentes aspectos relacionados con el desarrollo de esta competencia en contextos de comunicación a través de medios digitales para la participación en órganos de coordinación docente, además de otros contextos donde se interacciona con distintos agentes de la comunidad educativa.

Para ello veremos diferentes elementos importantes para que este proceso comunicativo se desarrolle dentro de unos parámetros de seguridad, cordialidad, educación y bienestar.

PALABRAS CLAVE		
vías de comunicación	familias, alumnado e instituciones	correo electrónico
programar envío	grupos de envío	PADDOC
Cl@ve	correo electrónico corporativo	SIGAD
Registro electrónico	Planes de comunicación	Netiqueta

Copyright 2026

Herramientas oficiales para comunicarnos con la Administración

Como hemos visto, ser competentes en comunicación organizativa, implica emplear, de forma autónoma, las tecnologías digitales y aplicar los protocolos establecidos por la administración educativa o por los titulares del centro para llevar a cabo las tareas administrativas ligadas a las funciones docentes.

Por ello, en este apartado, vamos a ver las herramientas oficiales para comunicarnos e interactuar con la administración, tanto como docentes (Paddoc), como individuos (Registro electrónico). Todas estas herramientas están a nuestra disposición y, a pesar de ser profesorado de idiomas, no vamos a poder interactuar con ellas ni expresarnos en las lenguas que impartimos, más allá del correo corporativo, en el que podremos relacionarnos con quien queramos en la lengua que mejor nos convenga.

La explicación del funcionamiento de todas estas plataformas está realizada de manera magistral en el libro del B1, por lo que os enlazamos al mismo en la cabecera de cada una de ellas.

Paddoc

Se trata de la Plataforma de Administración de Docentes del Gobierno de Aragón. En ella, podremos **realizar trámites relacionados con nuestra situación administrativa como docentes**, desde consultar datos hasta participar en diversos procesos selectivos.

Registro electrónico del Gobierno de Aragón

El Registro Electrónico General de Aragón es un servicio que **permite registrar la entrada de documentos que se presentan o se reciben de forma electrónica** en los departamentos y organismos públicos de la Administración Pública de Aragón.
Para ello, un requisito fundamental es la **verificación de nuestra identidad**, bien sea mediante certificado electrónico o bien con CL@VE.

Copyright 2026

Una vez identificados, tendremos que decidir si vamos a realizar un trámite para nosotros mismos, o para otra persona o entidad:

Cl@ve permanente

Desde que se empezó a centralizar todas las funciones administrativas en la Plataforma de Administración de Docentes del Gobierno de Aragón (PADDOC), la vida administrativa docente se ha agilizado bastante. Todas las acciones administrativas que podemos realizar vía telemática necesitan el uso de una **clave permanente**, que permite autentificar a una persona en el ámbito digital:

> **Clave permanente:** Es un sistema de autenticación diseñado para personas que necesitan acceder frecuentemente a los servicios electrónicos de la Administración. Se basa en el uso de un código de usuario, su DNI o NIE, y de una contraseña que se establece en el proceso de activación y que sólo debe ser conocida por ti. Para los servicios de administración electrónica que requieran un nivel de seguridad elevado, el sistema refuerza la autenticación con la solicitud de introducción de un código numérico de un solo uso (One Time Password, OTP) que se envía previamente por mensaje SMS a tu teléfono móvil.

SIGAD

SIGAD es el Sistema de Gestión Académica y Didáctica del Gobierno de Aragón. Como su nombre indica, cuenta con dos versiones:

- Sigad Académica
- Sigad Didáctica

Este sistema, que para muchos de vosotros ya es conocido, tiene más funcionalidades más allá de subir calificaciones e informes. Dispone de un módulo de mensajería que veremos a continuación extraído del "Manual de usuario SIGAD didáctica. Entorno profesional"

El módulo de ‘Mensajería’ está diseñado para permitir una rápida y eficaz comunicación entre los usuarios de la aplicación.
La funcionalidad del módulo ‘Mensajería’ es gestionar los mensajes, que se agruparán en carpetas genéricas (‘Recibidos’, ‘Enviados’, y ‘Papelera’).

Correo educa.aragon.es

Copyright 2026

El correo educa.aragon.es es el correo corporativo que el Gobierno de Aragón pone a disposición de los docentes. A través del mismo nos podemos comunicar con el resto de docentes de nuestro centro educativo, con la administración educativa o con quien consideremos oportuno, y podemos hacerlo en el idioma que escojamos preferentemente para comunicarnos.

Copyright 2026

Herramientas de autor para la comunicación organizativa: el correo electrónico

Como hemos recalcado anteriormente, nuestras comunicaciones a través del correo electrónico pueden ser en cualquier idioma en el que nos sintamos cómodos, permitiendo a los docentes el poder mantener conversaciones en distintos idiomas sin necesidad de variar de plataforma.

A continuación proponemos una serie de usos que pueden ser muy útiles para nuestro uso del correo electrónico como herramienta de comunicación tanto con las instituciones, como con las familias o el alumnado.

El correo electrónico

El correo electrónico se ha posicionado como uno de los medios más utilizados en comunicaciones oficiales. Esto es debido a su inmediatez, así como a la información que arroja, ya que **deja constancia de emisor, receptor así como de hora del envío,** obteniendo carácter probatorio a la hora de realizar solicitudes o alegaciones dentro de plazos.
Además es más sostenible, permite abaratar costes y ahorrar tiempo dadas las múltiples opciones que nos permiten los actuales gestores de correo electrónico y que vamos a ver a continuación.

Generar un grupo de envío

Los actuales gestores de correo, nos permiten generar distintos grupos de correo para que enviar notificaciones grupales sea más sencillo y rápido. Podemos crear tantos grupos como queramos incluyendo en ellos las direcciones de los contactos, tanto para la comunicación entre docentes del centro, como para las familias del alumnado o proveedores de servicios externos.

Copyright 2026

Idea de uso:

Podemos crear distintos grupos de envío. Uno de ellos llamado "claustro", que incluya a todos los docentes. Otros que se llamen "primer ciclo", "segundo ciclo", "tercer ciclo", con los docentes inscritos en esos ciclos, otro de "coordinadores/jefes de departamento" para enviarles convocatorias a CCP, y también podemos crear distintos grupos con las direcciones de las familias organizadas según su clase "primero primaria", "Segundo de Bachillerato" "infantil 3 años"...

https://www.youtube.com/embed/3jUfY547Zhg

Youtube. GRUPOS DE CONTACTO PARA ENVÍOS MASIVOS GMAIL. de Sergio García

https://www.youtube.com/embed/AlArEE4_9Ls

Youtube. ¿Como Crear Contactos y Grupos en Outlook? de Tec Innova

Programar un envío

Pese a tratarse de comunicación asíncrona, hemos de ser conscientes del derecho a la desconexión digital de familias y compañeros, no obstante, no siempre disponemos de tiempo para enviar correos electrónicos en horas apropiadas. Es en este punto donde el programar envíos se vuelve una herramienta muy útil ya que nos permite decirle al gestor qué día y a qué hora queremos que el e-mail sea enviado.

https://www.youtube.com/embed/QwF45VTtRiM

Youtube. Cómo programar un correo en Gmail de ComputerHoy.com

https://www.youtube.com/embed/X9BYeIbynhM

Youtube. Programar envio correo outlook web de Educacyl Portal de Educación.

Envío con copia oculta

Como ya hemos visto, los grupos de envío nos ahorran mucho tiempo a la hora de enviar e-mails a grupos numerosos, pero hemos de ser **sensibles y precavidos con la ley de protección de datos** y el **derecho a la intimidad de los usuarios**. Para ello, veremos a continuación como enviar un **e-mail con copia oculta**, de modo que el receptor no sea consciente de todas las direcciones a las que ha sido reenviado ese e-mail.

https://www.youtube.com/embed/khY5M4tyeLo

Youtube Enviar correos en copia oculta - Outlook CCO de Tecnología Uncomo

Firma automatizada

Finalmente, tanto para evitarnos un trámite rutinario como para proyectar una imagen de seriedad, podemos **predeterminar una firma** que aparecerá, por defecto, cada vez que enviemos un e-mail. Esta firma puede estar formada por **texto, por un archivo de imagen o incluso incluir hipervínculos.**

https://www.youtube.com/embed/W-c5kvB4vYs

Youtube. Tutorial FIRMA GMAIL □□ 2021 | Español | Cómo Añadir una Firma a tus Emails en Gmail de EducaTIC

https://www.youtube.com/embed/4_zUKh_-th4

Youtube. Como añadir FIRMA personalizada en Outlook web de mistrucos

> **Otras formas de comunicación:**
> En el apartado anterior, hemos visto los gestores de correo ya que pueden ser la herramienta más utilizada para estos cauces, no obstante, cada centro establece su propio

plan de comunicación y la herramienta que va a utilizar, que puede ser desde un gestor de correo hasta el que incorporan los actuales entornos virtuales de aprendizaje (EVA) como pueden ser **Aeducar** o **Classroom** o apps como **TokApp School, Dinantia, ClassDojo o Slack.**

Copyright 2026

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*,

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**

- **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.

> Las **Netiquetas son una serie de reglas** que intentar regular el comportamiento del usuario con el fin de mantener un **entorno sano y seguro**.

Conviene conocerlas y tenerlas presente con el fin de seguirlas y de poderlas trasmitir en nuestro entorno. El anonimato y la ausencia de una interacción presencial ha impulsado, no siempre, unos roles en redes que tienden por regla general a no ser demasiado respetuosos. Es por eso que las **Netiquetas han sido impulsadas por los usuarios con la finalidad de facilitar la convivencia en redes sociales, evitar conflictos y comentarios negativos** a cualquier usuario o ir en contra de la intimidad u honor de cualquiera. A continuación, ponemos **10 reglas básicas** de la Netiqueta para fomentar la convivencia en redes:

1. La forma en que **interactúas en redes** debe ser un **reflejo** de tu interacción en el **mundo real.**
2. **Evita el uso de mayúsculas**, es como gritar y además dificulta la lectura. Intenta mantener una ortografía limpia y adecuada para la comunicación.
3. Intentar **empatizar con la lectura del receptor**, para no herir los sentimientos de ningún usuario que lo vaya a leer.
4. Respeta la **privacidad del resto de usuarios**. No difundas información sin el consentimiento de nadie, pregunta antes de etiquetar a alguien que pueda verse comprometido en una publicación, y no debes hacer capturas porque vulneraría la privacidad de cualquier usuario.

Copyright 2026

5. **Sigue las normas de la plataforma** en la que interactúas. Hoy en día casi hay una plataforma para cada cosa, intenta respetar la finalidad de cada plataforma para el uso que se ha desarrollado. (Por ejemplo, no subas fotos de fiesta en Linkedin)
6. **Coteja las fuentes** antes de emitir un juicio. Cada día más y cada día con mas asiduidad, nos llegan Fake News elaboradas que nos hacen dudar prácticamente de cualquier cosa. Es por eso, que hoy más que nunca haya cerciorarse de que esa información es verídica contrastando con otras fuentes y activar el espíritu crítico, para solo compartir lo que tenemos la certeza de que no ha sido manipulado. Sino, estaremos ayudando a difundir bulos y a manipular comportamientos sociales con fines ilícitos.
7. **Respeta el tiempo de cada usuario**. La redes sociales no avisaron, llegaron cuando estábamos a medio hacer y cada uno se ha ido adaptando a la realidad como ha podido. Hay que respetar la velocidad de cada persona intentando ser neutrales y sin emitir un juicio de valor.
8. **No olvides responder a los mensajes**. Por breve que sea la respuesta, el silencio como opción siempre es peor alternativa.
9. **Compartir es vivir.** Internet se ha convertido en una fuente inmensa de conocimiento, nunca está demás devolver algo al manantial.
10. **Disculpa equivocaciones.** Todos hemos comentado alguna falta en redes sociales, deja tiempo para que cada persona pueda rectificar por sí misma y ayuda de forma amable a quien no se ha dado cuenta.





Copyright 2026

Elaboración propia. Netiqueta. Yerai Rubio. (CC BY-NC)