Community manager educativo

- Introducción
- Redes sociales
  - Redes sociales
  - Una red para cada público
  - Hashtag
  - Facebook pages y Meta
  - X (anteriormente Twitter)
  - Instagram profesional
  - TikTok
  - Pinterest
  - Telegram
- La información
- Plan de comunicación del centro educativo
  - Introducción
  - ¿Qué es un plan de comunicación? ¿Es necesario?
  - Estructura de un Plan de comunicación
  - Estructura comunicativa del centro
  - Plan de comunicación interna.

Copyright 2026

    - Plan de comunicación externa
    - Tratamiento de las Redes Sociales
    - Evaluación del Plan de Comunicación
    - Ideas principales sobre los datos personales y privacidad
    - Principales leyes que respaldan la protección de datos
    - Tratamiento de los datos personales en los centros educativos y personas que intervienen
    - Principios en materia de protección de datos
    - El consentimiento como condición de licitud

- Community manager educativo
    - Community manager educativo
    - Para qué
    - Un compendio de cualidades
    - Modelos organizativos

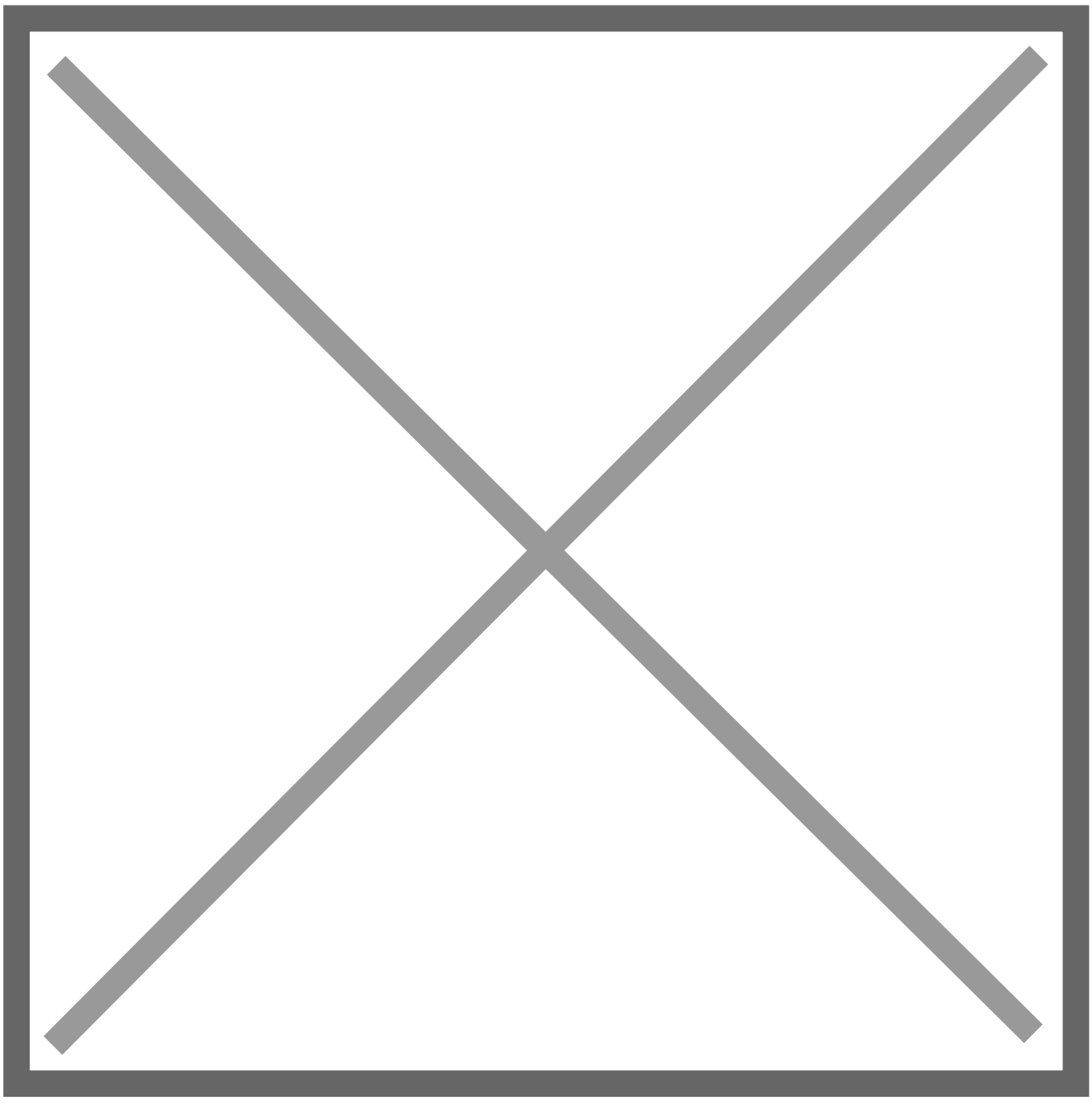
- Una imagen para cada red
    - Introducción
    - Una imagen para cada red
    - 6 pistas para un cartel
    - Sigue las normas de imagen corporativa

- SEO
    - SEO en educación

- Seguimiento y planificación
    - Seguimiento y planificación

Copyright 2026

Introducción



Elaboración propia a partir de imágenes de Pixabay

Copyright 2026

Los centros educativos compartimos permanentemente información y buscamos la interacción con nuestra comunidad educativa, una necesidad de comunicación permanente, con el profesorado, con el alumnado, con las familias, con el personal administrativo y con el entorno social de la institución, es decir con toda la Comunidad Educativa. Nos encontramos inmersos en una era tecnológica y no podemos obviar los beneficios y ventajas que estas herramientas nos ofrecen, por todo ello es necesario elaborar un plan de comunicación, tanto interna como externa de nuestro centro educativo.

La visibilidad que nos da compartir contenido propio nace de la conjunción de la creatividad docente, del alumnado, para y con el que trabajamos, enredado en nuestra trama educativa y de ese ecosistema socio-económico en el que habita nuestra comunidad educativa. Tender ideas en la red es una forma de construir inteligencia colectiva interactiva, la fusión entre lo que creamos y las fuentes donde bebemos para cimentar la identidad de las iniciativas pedagógicas que erigen nuestros centros y de encontrar almas gemelas o divergentes con las que caminar desde la colaboración o la complementariedad; de hacernos fiables y confiables; hasta de presentarnos atractivos, de gustarnos y de gustar, también a nuestra propia comunidad educativa para la que, a veces, somos unos perfectos desconocidos; de conseguir ese compromiso, el engagement, que necesitamos para cimentarnos reconociéndonos en lo que construimos.

A las vías de comunicación tradicionales se han sumado las tecnológicas. Dinamizar las redes sociales de un centro docente es una tarea sencillamente compleja, resultado de un entramado de nodos solidarios entre sí en una red multidireccional donde cada individuo es imprescindible para fortalecer el todo. En equipo es preciso reflexionar acerca de quiénes somos, a quiénes nos dirigimos y para qué queremos que nos escuchen y, a partir de ahí, diseñar un plan de comunicación que incluya un plan de medios sociales en el que se establezcan desde cuestiones de logística como cuáles son las redes que usa nuestra comunidad potencial hasta qué y cuándo publicamos y, sobre todo, qué estructura vamos a articular para que las redes de nuestro centro sean activas, atractivas, interactivas y, sobre todo, creíbles.

Una estrategia de comunicación que nos conecte con un ecosistema educativo donde la simbiosis es la fórmula para aprender y crecer.

Copyright 2026

Redes sociales

Copyright 2026

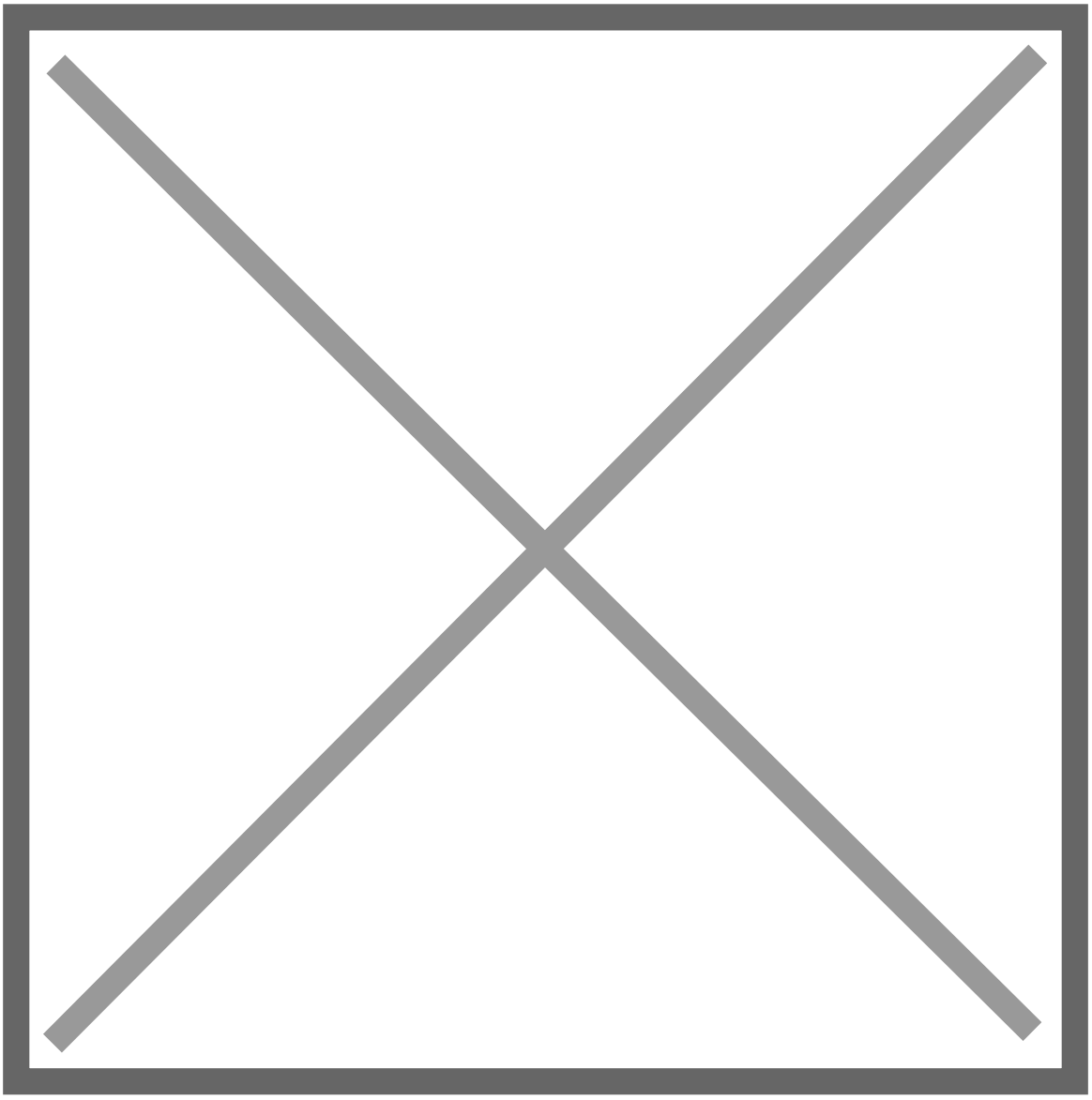
Redes sociales

Las redes sociales han introducido cambios en la comunicación interpersonal y, por lo tanto en la manera en que los centros se comunican con sus comunidades educativas. La presencia de los centros educativos en Internet y en las redes sociales va más allá de enviar una circular sobre el comedor o una actividad extraescolar, pretende, además de informar, comunicar tomando la interacción como base y poner en conocimiento y, por lo tanto, en valor, las fortalezas de sus proyectos educativos, de sus iniciativas y de sus expectativas de futuro.

Y, sin embargo, surgen dudas y oposiciones

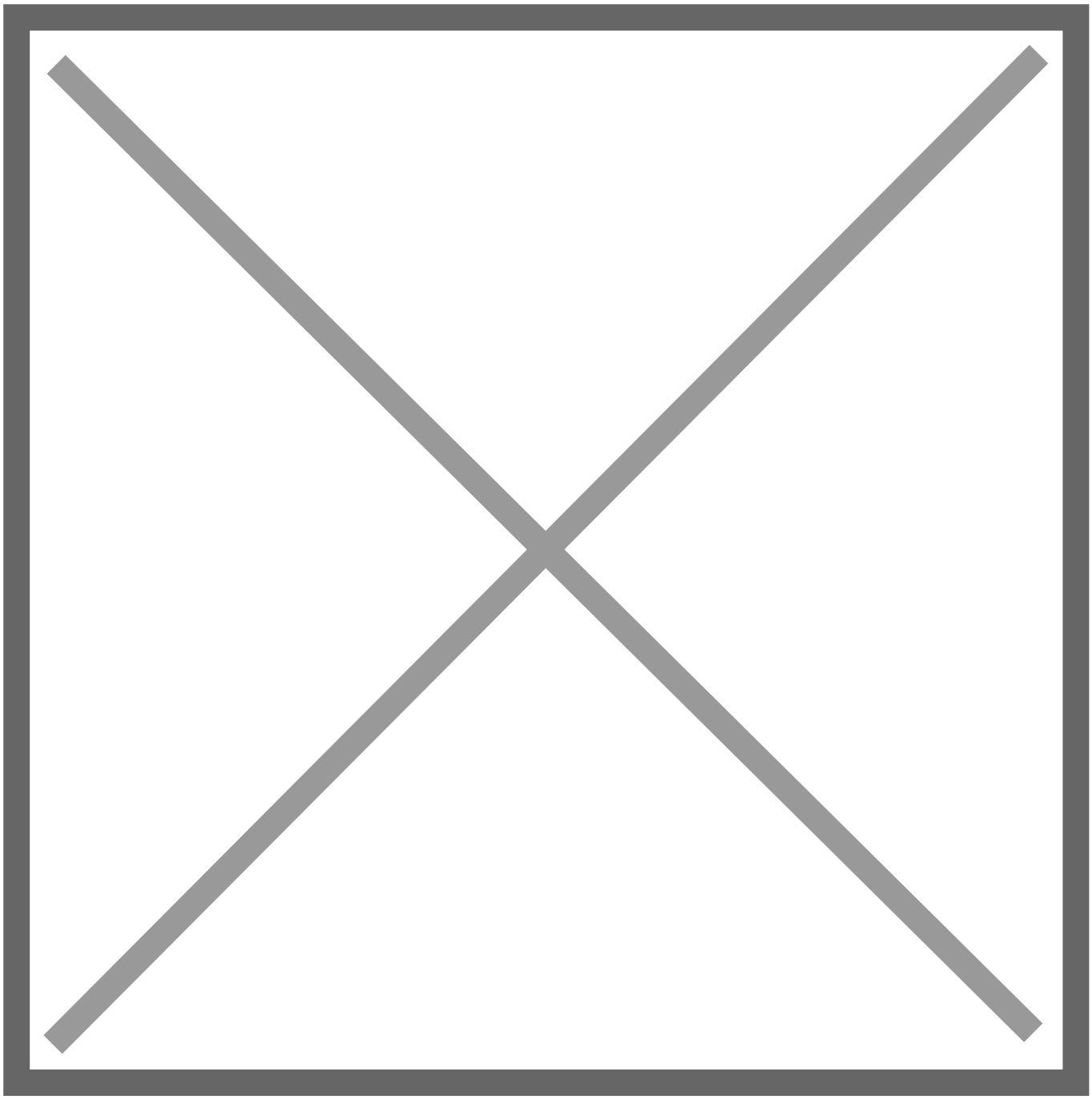
Hace ya unos años, cuando las redes sociales eran todavía un futuro un tanto caótico, como ahora, se me ocurrió hacer este diagrama de mi presencia y mis amistades en las redes sociales y salió este batiburrillo que respondía entonces y responde ahora bastante a la realidad.

Copyright 2026



Hacemos bien en ser críticos con las redes sociales, de hecho debemos promover esa crítica entre nuestro alumnado porque es perfectamente constatable que las redes se pueblan de basura, sin embargo cabe preguntarse acerca de quién la produce, quién la propaga y quién la consume, como concluye la imagen inferior, las repuestas pueden sorprendernos.

Copyright 2026

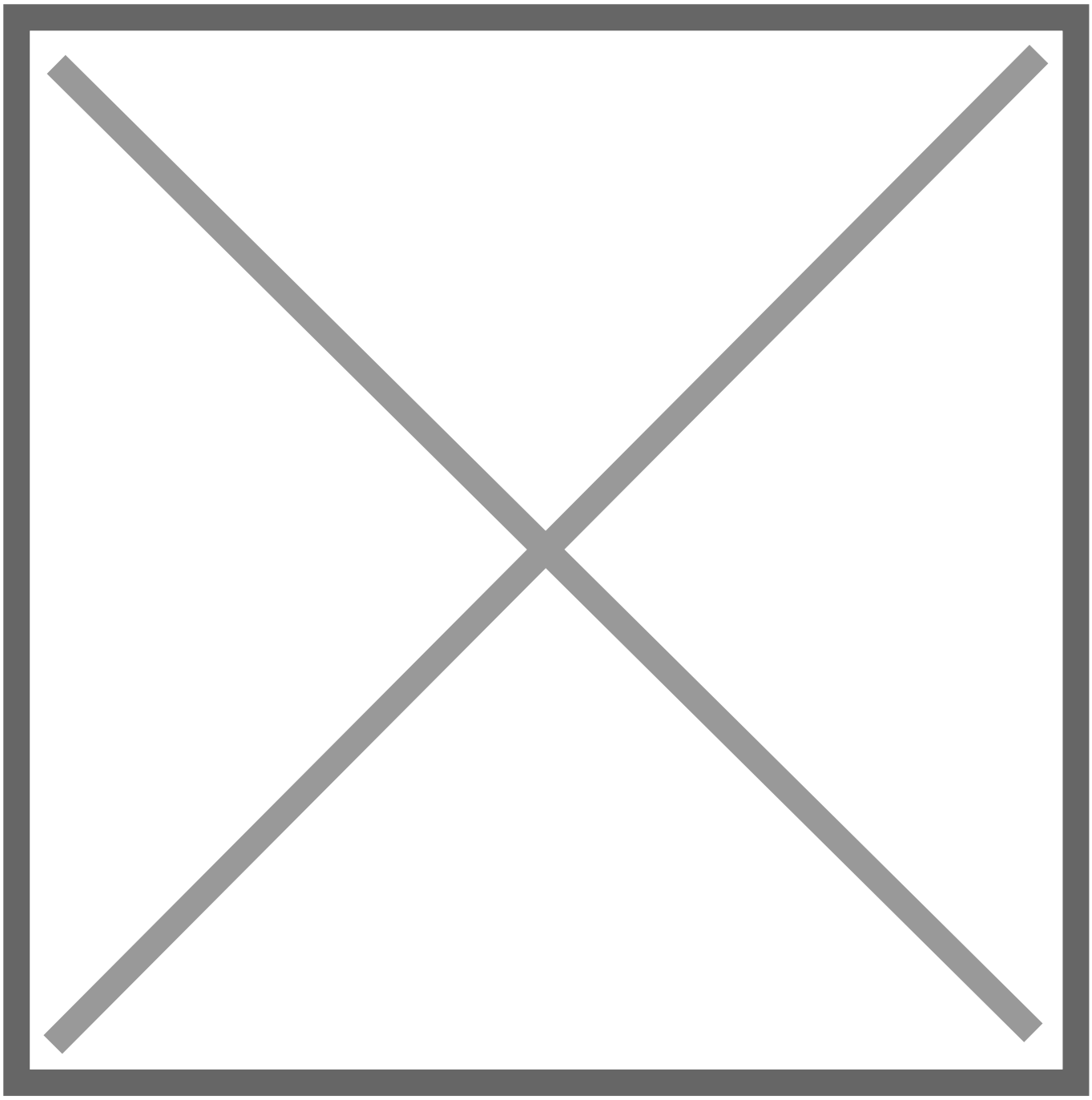


Sin embargo, no es menos cierto que en las redes sociales encontramos mucha información relevante, veraz y pertinente y los centros educativos encuentran en ellas no solo la oportunidad de comunicarse con su comunidad educativa sino también la de crear contenidos digitales y proporcionar a su alumnado ejemplos de saber estar en las redes, de que las redes también pueden ser el soporte para los contenidos que ellos mismos crean a través de sus proyectos y esos contenidos nos definen como centro.

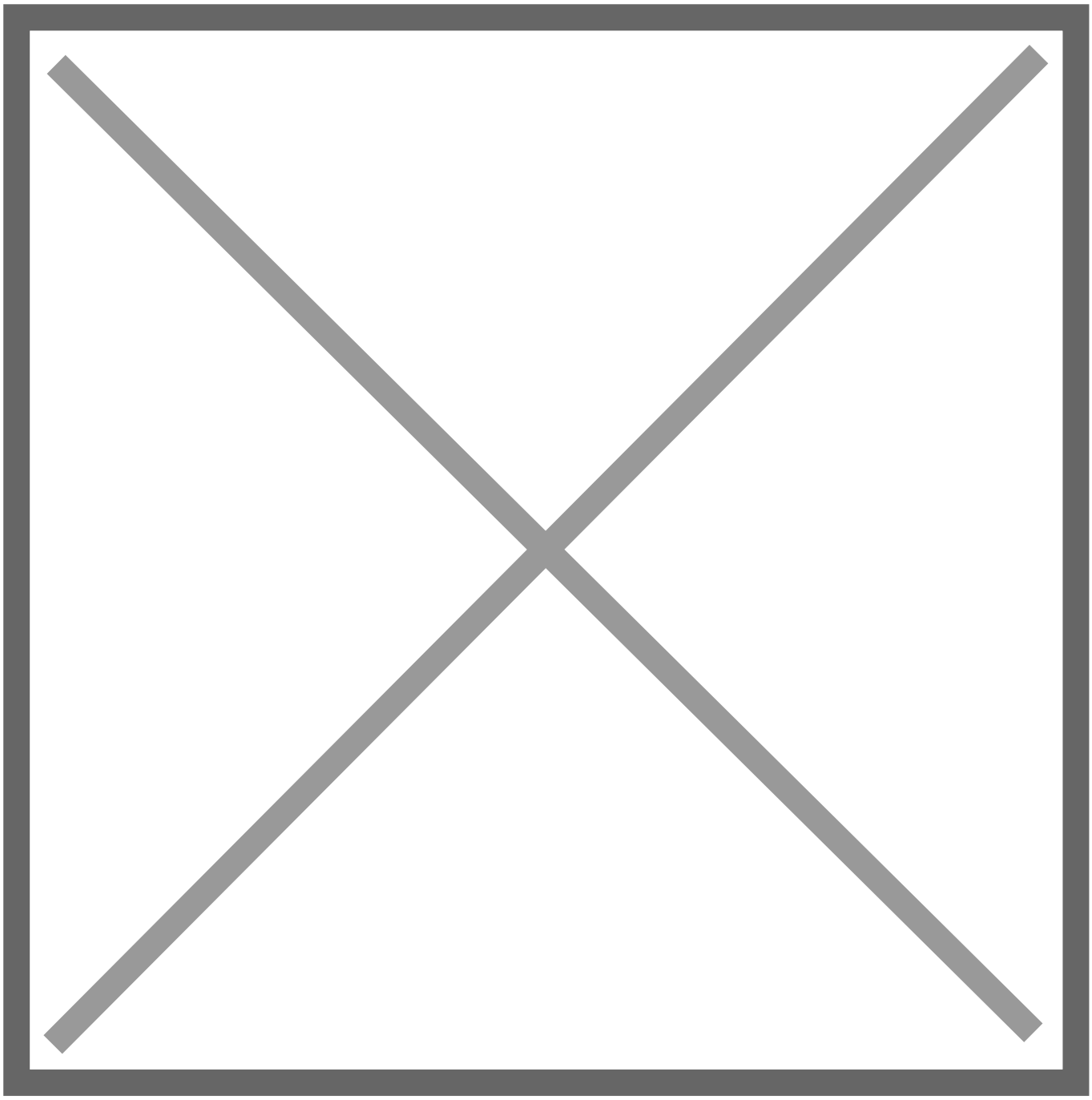
Copyright 2026

Todas las redes sociales, desde las más tradicionales (como Facebook) hasta las más nuevas (como TikTok) son susceptibles de ser incorporadas al entramado comunicativo de nuestro centro, siempre en función de sus destinatarios. **Hacer un análisis de la presencia de nuestro público en las redes sociales** es el primer paso que deberemos dar.

El estudio que IAB Spain (una asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital presente en 47 países, la versión resumida del estudio puede descargarse desde el enlace) publica anualmente, puede proporcionarnos algunas pistas:



Copyright 2026



Copyright 2026

Redes sociales

Una red para cada público

¿Para quién comunicamos?

Facebook

Facebook: Siendo, como es, la red más presente en los centros educativos (si no incluimos los blogs como redes sociales), su uso es un tanto anárquico y podemos encontrarnos desde perfiles hasta páginas pasando por grupos. Digamos, en primer lugar, que el referente de un centro tiene que ser su página, que los perfiles no son recomendables para los centros educativos y que los grupos han de reservarse para proyectos, equipos de trabajo...

Pero vamos con lo que nos importa: las destinatarias principales de Facebook son las familias que, por generación tecnológica, siguen usando esta red social mayoritaria, de forma que abuelos (*generación silenciosa* y *baby boomers*, que incluye también a algún padre tardío) y las generaciones *X* y *milenial*, que constituyen el grueso parental, son de Facebook (en este último caso junto con instagram en las edades más bajas del grupo sociológico). Si ese es nuestro público objetivo Facebook es nuestra red y allí irá la mayoría de las informaciones del centro, no sólo las dirigidas a las familias, ya que se trata de una página pública.

Twitter

Si lo que buscamos es conectar con otros centros, profesorado, universidades o las administraciones educativas... Twitter es nuestra red, una red que no es de amistades sino de intereses: seguimos lo que nos interesa, nos siguen quienes están interesados y no son los mismos seguidos y seguidores.

Pinterest

Pinterest: Es una red social para compartir contenidos que, previamente, hemos recopilado (curado en la literal traducción del inglés) y puede ser una herramienta clave para cosechar, de forma colaborativa, contenidos pedagógicos que, una vez organizados, podemos compartir directamente a través de Pinterest, de otras redes sociales o desde blogs y webs.

Copyright 2026

Existe una extensión de google para guardar esos contenidos directamente desde el navegador que puede resultar muy útil.

Desde aquí puedes descargarlo y comprobar su funcionamiento.

Youtube

Youtube es nuestra red generalista; disponer de un canal de Youtube para compartir nuestros vídeos de forma pública o privada, recopilará toda esa actividad filmada a lo largo de los años y facilitará que el profesorado pueda usar una cuenta institucional en vez de la suya propia, que es lo que se viene haciendo.

Telegram

Telegram: Seguro que en la mayoría de los centros existen grupos de Whatsapp, sin embargo no es la aplicación más recomendable para mensajería-chat interno y, mucho menos, para contactar con las familias desde la tutoría, por ejemplo. Telegram permite ocultar el número de teléfono personal lo que la hace ideal para centros donde las relaciones personales pueden deteriorarse y no queremos que nuestro número telefónico esté a disposición de todo el claustro; incluso podemos arriesgarnos a crear grupos con padres y madres o con alumnado porque los grupos y los canales, además de seguirse en los dispositivos móviles, pueden seguirse mediante una URL desde cualquier ordenador.

Instagram

Hemos dejado para el final Instagram para forzar la pregunta: ¿y el alumnado? ¿cómo comunicamos con el alumnado?. Obviamente mediante Instagram, si están en Facebook o Twitter, no lo usan apenas y será usando esta red de imágenes como podremos llegar a ellos. Pero no seamos ilusos, los post han de ser infográficos, integrando texto e imagen o en vídeo, incluir el contenido como pie de foto no nos garantiza que el mensaje se transmita.

Instagram también es de uso habitual en los tramos inferiores de la generación *milenial*, que corresponde a las edades de las familias más jóvenes de nuestros centros.

TikTok

Se trata de una red emergente de gran implantación entre los adolescentes y que plantea algunas utilidades educativas dignas de tener en cuenta.

Copyright 2026

En un centro tipo, esta sería la distribución de las redes sociales según el público al que van dirigidas:

https://view.genial.ly/5e29698428fad705740a3e54

Redes sociales

Hashtag

La importancia de los hashtag

https://view.genial.ly/601ad0400851510d760eb6dc

Copyright 2026

Redes sociales

Facebook pages y Meta

Pese a la pérdida de popularidad, Facebook sigue siendo la red social más conocida, la tercera más utilizada por las personas menores de 40 años y la más usada por los mayores de 40 años, por ello resulta imprescindible si queremos comunicar adecuadamente con las familias de nuestro centro.

Los dos errores más comunes que suelen cometer los centros son:

1. Crear un perfil en vez de una página, que sería el entorno ideal para un centro o un proyecto.
2. Crear la página con un perfil personal de un docente.

Nuestra recomendación es **crear una página en facebook desde una cuenta de correo creada expresamente para gestionar las redes sociales** y desde la que crearemos todas las redes (instagram, twitter, facebook...).

La llegada de Facebook Meta, ha añadido una excelente herramienta para administrar páginas que permite trabajar conjuntamente en Facebook e Instagram y, sobre todo, planificar nuestras publicaciones y hacer un seguimiento exhaustivo.

https://view.genial.ly/630b9284dd784500113311ed

15 consejos para usar Facebook

https://view.genial.ly/5e2fdfa535ef460490cc0113

Anterior
Siguiente

Copyright 2026

Copyright 2026

Redes sociales

X (anteriormente Twitter)

Pese a la inestabilidad de esta red social desde su cambio de propiedad, X (Twitter) es el lugar preferido por docentes, centros y administraciones para seguir contrapartes interesantes y ser seguidos por otros. No es una red que se caracterice por la netiqueta ni por la veracidad, sin embargo los contenidos educativos que comparte siguen haciendo que merezca la pena.

https://view.genial.ly/5e3011de35ef460490ce1456

Copyright 2026

Redes sociales

Instagram profesional

Es la red preferida por el alumnado (junto con TikTok) y por las familias *milenials* (menores de 40 años)

Debemos recordar que en Instagram la imagen es primordial, por lo que tendremos que conseguir que la información se comunique a través de imágenes, infografías, vídeos... El pie de foto se lee raras veces y no admite vínculos, así que será necesario que el contenido sea suficientemente significativo.

En caso de tener que vincular, para evitar URLs largas, usaremos un acortador de URL tipo **bit.ly**

A diferencia de Facebook, Instagram sí que permite cambiar de perfil personal a perfil empresarial, de esta forma la cuenta de Instagram puede administrarse desde Meta conjuntamente con la de Facebook.

https://view.genial.ly/633296b5a086c8001038d6e3

Nueve consejos para Instagram

https://view.genial.ly/5e3198bdea50d01562875627

Copyright 2026

Redes sociales

TikTok

No sabemos cuándo una red ha venido para quedarse hasta que no han pasado unos años (recordemos el furor de Tuenti). En este momento TikTok es una red en auge para adolescentes que puede hacer aportaciones a la educación nada despreciables.

https://view.genial.ly/62494910fd635a0019b855e7

Copyright 2026

Redes sociales

Pinterest

Pinterest es una red social de colaboración sobradamente conocida, que usamos para guardar como pines contenidos web. La que, tal vez, resulte menos conocida es la extensión de google para guardar esos contenidos directamente desde el navegador y que puedes instalar desde este enlace. Te explicamos cómo funciona.

https://view.genial.ly/63d8d635f37a2200135c95b3

Copyright 2026

Redes sociales

Telegram

Telegram permite ocultar el número de teléfono personal lo que la hace ideal para crear grupos de mensajería entre docentes, de tutoría con alumnado o con padres y madres o con alumnado porque los grupos y los canales (que muestran los mensajes enviados por los administradores, pero no dan opción a que los usuarios escriban), además de seguirse en los dispositivos móviles, pueden seguirse mediante una URL desde cualquier ordenador.

https://view.genial.ly/60336ae6bbb6260d0e5ef8d4

Copyright 2026

La información

El acceso a la información que proporcionan las redes sociales en tiempos de postverdad ha de ser, necesariamente crítico, sobre todo en un panorama informativo en el que muchas de las noticias, ciertas, manipuladas o falsas, provienen no ya de los medios, que también las amasan convenientemente, sino de las redes sociales. Establecer estrategias que permitan defenderse contra la desinformación es, no solo garantizar la libertad bien entendida en una sociedad poblada por la ciudadanía digital, sino preservar el sistema democrático.

Y estas estrategias hay que trabajarlas en la escuela porque no se trabajan en ninguna otra parte, como hacen en Finlandia, país al que tantas veces tomamos como referencia y que ha integrado en su sistema educativo la lucha contra la desinformación.

https://view.genial.ly/5d9373bb6b06cc0f3f2d199e

¡No desinformes!

Publicar contenido desde los centros educativos y hacer partícipe al alumnado de esas publicaciones supone un compromiso con la información de calidad.

https://view.genial.ly/6176ee79358ef30d4830bd05

Valorar la información

https://view.genial.ly/5c12813107be570d1773bc83

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Introducción

https://www.youtube.com/embed/GekzIXg4tOQ

INTEF. MOOC Community Manager Educativo. "*Plan de comunicación - Ideas Clave*" *(Licencia YouTube estándar)*

Las **redes sociales** son plataformas que se basan en la comunicación, concretamente en una **comunicación bidireccional,** que rompe con la tradicional comunicación de una dirección que se ofrecía años atrás (informar o emitir). Por ello, se hace necesario **incluir en el plan digital de centro** de toda organización educativa un **plan de comunicación**, basado en la **escucha, planificación y actuación** por parte del responsable de comunicación y redes del centro en las redes sociales.

- **Escucha:** el responsable de comunicación y redes del centro debe escuchar constantemente a su comunidad educativa en redes sociales, para recibir los mensajes que le envían, así como lo que dicen otras organizaciones del sector educativo, con la finalidad de obtener información.
- **Planificación**: con la información recogida, se podrá preparar el plan de acción, la estrategia a seguir y el protocolo de respuestas a la audiencia.
- **Actuación**: Una vez planificada la estrategia a seguir, se podrá pasar a la acción y enviar mensajes, dar respuestas y llevar a cabo todas las acciones planificadas.

Plan de comunicación del centro educativo

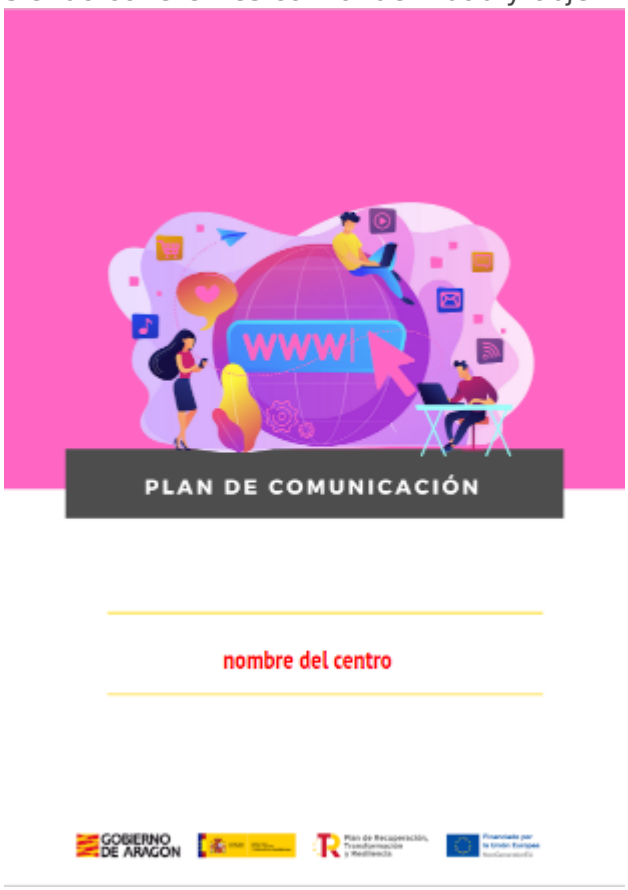
¿Qué es un plan de comunicación? ¿Es necesario?

El Plan de Comunicación es el documento de trabajo a seguir por la persona responsable de comunicación y redes del centro. Sus principales características son:

- Es **elaborado por la persona responsable de comunicación y redes del centro**, pero toda la organización educativa debe tenerlo presente y participar en su elaboración.
- Debe ser la **primera acción** a realizar por la persona responsable de comunicación y redes del centro, antes de tomar decisiones, e incluso antes de abrir un perfil corporativo en alguna red social.
- Sirve para **construir y cuidar la identidad digital** de la organización educativa, asegurando una adecuada reputación digital.
- En él **se definen** las líneas de actuación, la estrategia, el público, los contenidos, las redes sociales a emplear, etc.
- Debe ser el **resultado de un análisis y reflexión** y actuará de guía para todas las acciones en los medios sociales.

Copyright 2026

- Debe quedar **integrado en el Plan Digital de Centro** de la organización educativa, siendo coherentes con la identidad y objetivos globales de la organización.



¿Es necesario realizar un Plan de Comunicación en nuestra organización educativa?

En todo centro educativo existe una necesidad de comunicación permanente con el profesorado, con el alumnado, con las familias, con el personal no docente y con el entorno social de la institución, es decir, con toda la Comunidad Educativa. Nos encontramos inmersos en una era tecnológica y no podemos obviar los beneficios y ventajas que estas herramientas nos ofrecen. Por todo ello es necesario elaborar un plan de comunicación, tanto interna como externa de nuestro centro educativo.

Ahora bien, hay que tener claro que no es obligatorio tener presencia en las redes sociales: **no se trata de "estar por estar"**. Si la organización educativa no tiene nada que ofrecer a su comunidad o no puede ofrecer recursos para la gestión de su reputación digital en las redes sociales, quizá sea mejor que se centre en potenciar otras estrategias de comunicación y no se embarque en la aventura de tener presencia en los medios sociales.

Y si se decide tener presencia, **no se puede estar en ellas "de cualquier manera"**, sin tener un objetivo previamente definido. Toda acción que se lleve a cabo en las redes sociales, por

pequeña que sea, debe estar fundamentada y responder a una intención definida, que deberá ser medida y controlada.

Un buen responsable de comunicación y redes del centro **jamás debe dejar nada al azar en su gestión** y siempre debe saber cómo actuar, incluso ante los imprevistos y las situaciones de crisis que se puedan presentar.

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Estructura de un Plan de comunicación

Para la creación del documento que recoge el **Plan de comunicación en una organización educativa**, se requiere de un ejercicio de **análisis y reflexión** que se puede enmarcar como una de las líneas de actuación del centro dentro de su Plan Digital de Centro.

A continuación detallamos los elementos que tienen que estar presentes y definidos en un Plan de Comunicación.



Estructura comunicativa del centro

En primer lugar es necesario definir quienes serán las personas dentro del centro encargadas de la comunicación. Obviamente la situación ideal es que esto no recaiga en una única persona, por lo que será interesante constituir una comisión en la que participen personas encargadas de los diferentes tipos de comunicación empleadas:

- **Responsable/s del Plan de comunicación** del centro educativo. Hay que tener en consideración que no existe la necesidad que sea únicamente una persona la que esté al frente, se pueden determinar más.
- Miembros integrantes de la/s **comisiones de comunicación**. Por establecer un ejemplo, una comisión puede estar encargada de las cuentas de correo electrónico corporativas, mientras que otra comisión puede estar encargada de las redes sociales, o de la página del web del centro y los blogs. Depende de la organización interna que se establezca.

Copyright 2026

Plan de comunicación interna.

En este apartado detallaremos qué tipos de comunicaciones a nivel interno se realizan en el centro, a través de qué canales, y con qué estilo y finalidad. Llamaremos interna a las comunicaciones entre el personal que normalmente está en el centro (dirección, profesorado, alumnado y personal no docente) y con externa, en el siguiente apartado, nos referiremos al resto de miembros de la comunidad educativa (familias, administración, empresas locales, asociaciones de vecinos, otras organizaciones educativas...)

Público

Habrá que tener en cuenta a qué personas surgen de esas comunicaciones y por lo tanto, a quién nos vamos a dirigir dentro de la organización educativa. En muchas ocasiones será necesario definir este campo concretando el emisor y receptor (entendido de forma bidireccional). En la guía se ofrecerán una serie de ejemplos (Claustro, Equipo Directivo, Alumnado...), pero al ser un documento modificable, otros ejemplos de públicos posibles serían:

- Equipo directivo-profesorado.
- Profesorado entre sí.
- Equipo directivo-alumno.
- Profesorado-alumnado.
- Equipo directivo personal no docente.
- Equipo de orientación-alumnado.
- Alumnado entre si
- ...

Canales

En este apartado tenemos que determinar cuáles son las plataformas de comunicación que utilizaremos según el objetivo público al que la información o los datos vayan dirigidos. Pueden ser: Telefónica, correo electrónico, SMS, RRSS, EVA, web o blog... Si para el mismo público hay establecido más de un canal con diferentes finalidades se recomienda duplicar la fila.

Copyright 2026

Estilos de comunicación

No nos referiremos con el mismo tono al claustro, al alumnado o al personal no docente. Algunos estilos pueden ser:

- Académica.
- Institucional.
- Formal.
- Informal.
- ...

Contenido

En el apartado de contenido podemos dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué queremos transmitir? ¿Qué voy a contar?
- Las aportaciones, comentarios, valoraciones, propuestas o materiales aportados por la Comunidad Educativa ¿tendrán un tratamiento público o privado?

Consentimiento

Determinaremos la necesidad o no de dar consentimiento en cada uno de los objetivos que programemos en nuestra planificación del Plan de comunicación.

A continuación tenemos un ejemplo de cómo podría quedar tabla:

Copyright 2026

PÚBLICO	CANALES	ESTILO	CONTENIDO	¿CONSENTIMIENTO?
Equipo directivo-profesorado	EVA-Aeducar	Institucional	Convocatoria de reuniones, instrucciones de funcionamiento de centro	No
Profesorado-alumnado	EVA: Aeducar	Académico.	Tareas, retroalimentación, informaciones de la materia del día a día	No
Profesorado-alumnado	Página web del departamento	Académico	Programaciones, información institucional	No
Profesorado entre sí	EVA-Aeducar Correo electrónico corporativo	Informal	Propuestas de colaboración concreta.	No
Equipo directivo-alumnado	Página web	Institucional	Información sobre funcionamiento ordinario del centro, documentos oficiales…	No
Equipo directivo-alumnado	Circulares en papel	Institucional	Instrucciones urgentes o muy importantes o que requieren consentimiento paterno	Si
Equipo directivo personal no docente	Correo electrónico	Formal	Instrucciones específicas de funcionamiento de centro	No

Copyright 2026

Plan de comunicación externa

En este apartado detallaremos lo mismo que en el apartado anterior para aquellos miembros de la comunidad educativa que no están habitualmente en el centro.

Público

Ejemplos de públicos posibles en este caso serían:

- Equipo directivo-familias
- Profesorado-familias
- Equipo de orientación-familias
- Equipo directivo-administración educativa
- Equipo directivo-otros agentes
- Centro educativo-comunidad educativa en general: en este apartado se podría considerar la página web o las redes sociales los canales preferentes.

Ejemplo de una tabla de un centro en este apartado podría ser:

Copyright 2026

PÚBLICO	CANALES	ESTILO	CONTENIDO	¿CONSENTIMIENTO?
Equipo directivo familias	Circulares en papel	Institucional	Instrucciones urgentes o muy importantes o que requieren consentimiento paterno	Sí
Profesorado familias	Agenda escolar Correo electrónico SIGAD	Formal, académico	Incidencias relacionadas con la tutoría, vida escolar	no
Equipo de orientación familias	Teléfono, Correo electrónico institucional	Formal	Temas relacionados con la orientación de sus hijos	Sí
Equipo directivo-administración educativa	SIGAD Teléfono Correo electrónico	Formal		No
Centro educativo-comunidad educativa	Página web Twitter	Académico	Dar a conocer la vida y actividades que se realizan en el centro	Sí

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Tratamiento de las Redes Sociales

En el caso de que la organización educativa decida el uso de las redes sociales, se determinará un responsable y la finalidad que tendrán las publicaciones que allí se hagan.

Debido a la responsabilidad que la tarea requiere y a las implicaciones para la imagen del centro es muy necesario que la persona responsable se forme adecuadamente.

Ofrecemos un ejemplo a continuación:

CANAL DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLE	FINALIDAD
Web	Tutor de 1º de primaria.	Becas
Blog	COFOTAP y Madre del AMPA.	Información de actividades
Instagram	Jefa de estudios	Fotografías de actividades

Plan de comunicación del centro educativo

Evaluación del Plan de Comunicación

Como cualquiera de los documentos de centro, periódicamente deberían ser revisados y actualizados para ver si continúan reflejando la realidad o fueron fruto del momento en el que se elaboraron.

La realización de una Programación General Anual, y en concreto un Plan Digital de Centro, así como la definición de objetivos y líneas de actuación en el mismo y su posterior evaluación, nos parece el lugar ideal para llevar a cabo la evaluación del Plan de Comunicación y en general de todos los documentos.

Será decisión de cada centro educativo el ver si para cada curso o cada dos cursos establece algún objetivo o línea de actuación relacionada con la Comunicación en el centro o con los dispositivos digitales utilizados para la misma, e incluirlo allí donde corresponda y evaluarlo de la misma manera que se evalúan el resto de líneas de actuación estratégicas que se hayan establecido.

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Ideas principales sobre los datos personales y privacidad

¿Qué es un dato personal?

DATO PERSONAL (Art.4.1 RGPD):
«Toda información sobre una persona física identificada o identificable («el interesado»); se considerará persona física identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona.»



Fuente propia

La lista recogida en el artículo anterior del RGPD no es exhaustiva. Por lo tanto, dato personal puede ser cualquier información que sirva para identificar a una persona física. Es decir, un dato identificativo como el nombre y apellidos, el DNI, una huella dactilar, un conjunto de rasgos físicos, un número de identificación escolar o la imagen o la voz que permitan la singularización del interesado.

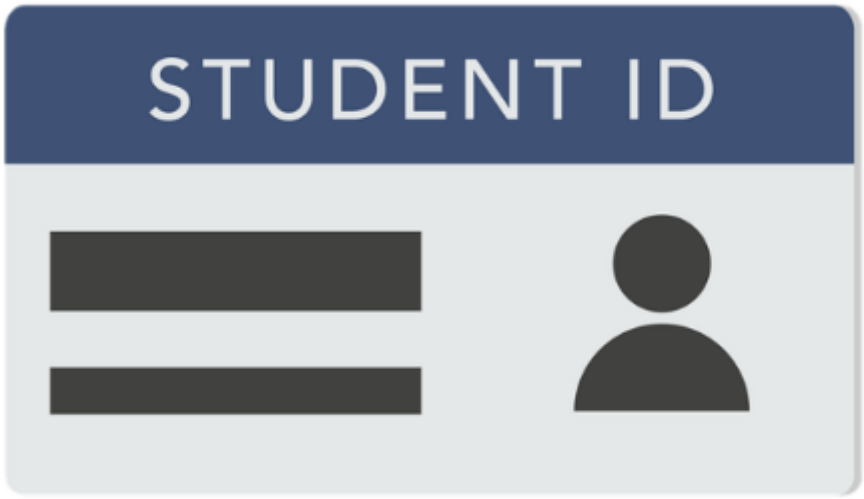


Imagen de Christina Smith en Pixabay.

> Más información en la guía para centros educativos de la AEPD

Datos de especial protección

Los datos de menores de edad tienen una especial protección:
Según el RGPD los niños merecen una protección específica, ya que pueden ser menos conscientes de los riesgos, consecuencias,
garantías y derechos concernientes al tratamiento de datos personales. Dicha protección específica debe aplicarse en particular, a la utilización de datos personales de niños con fines de mercadotecnia o elaboración de perfiles de personalidad o de usuario, y cuando se utilicen servicios ofrecidos directamente a un niño.

Diversas leyes otorgan a los menores de edad una especial protección y con el concepto de “interés superior del menor” se establecen obligaciones que afectan a las instituciones públicas y privadas y a todas las personas que traten con menores de edad, en orden a proteger sus derechos y libertades, entre ellos el de protección de datos personales.

Categorías especiales de datos

Son aquellos datos personales que revelan:

- **El origen étnico o racial**

En los centros a veces se reparten algunos cuestionarios elaborados por ejemplo en el ámbito de ayudas de la UE que incluyen preguntas relativas al origen étnico o racial (entre otras cuestiones reveladoras de las circunstancias sociales de los perceptores de las ayudas).

- **Las opiniones políticas**
- **Las convicciones religiosas o filosóficas**

En el servicio de comedor también se facilitan determinados datos por las familias sobre las restricciones o preferencias derivadas de la pertenencia a determinadas religiones.
La AEPD ha considerado sin embargo que «No tiene la consideración de categoría especial de datos o datos sensibles el que un alumno curse la asignatura de religión, ya que el mero hecho de cursar la misma no implica revelación de su confesión religiosa».

- **La afiliación sindical**

La información sobre la pertenencia a sindicatos de estudiantes es un ejemplo de tratamiento de datos reveladores de la afiliación
sindical.

- **Los datos genéticos**

Relativos a las características genéticas heredadas o adquiridas de una persona física que proporcionen una
información única sobre la fisiología o la salud de esa persona, obtenidos en particular del análisis de una muestra biológica.

- **Los datos biométricos**

Obtenidos a partir de un tratamiento técnico específico, relativos a las características físicas, fisiológicas o conductuales de una persona física que permitan o confirmen la identificación única de dicha persona, como imágenes faciales o datos dactiloscópicos.

Los datos que se traten deben ser adecuados, pertinentes y proporcionados en función de su finalidad. Es decir, hay que realizar un
juicio de necesidad y proporcionalidad para descartar «que no haya otros medios menos intrusivos para ello y que de su tratamiento se deriven más beneficios para el interés general que perjuicios sobre otros bienes y valores».
La AEPD ha admitido la utilización de la huella dactilar para finalidades como el control de acceso al servicio de comedor en centros escolares con un gran número de alumnos, siempre que se

adopten medidas que refuercen la confidencialidad de los datos como la conversión de la huella a un algoritmo, el cifrado de la información, la vinculación a un dato distinto de la identificación directa del alumno o la limitación de los protocolos de acceso a los datos.

> Para más información sobre datos biométricos pulsa aquí

- **Datos relativos a la salud**

Revelan la salud física o mental del alumnado, en el pasado, presente o futuro.

«Los centros educativos recaban en muchos casos, a través de sus servicios médicos o botiquines, datos de salud relacionados con las lesiones o enfermedades que pudieran sufrir los alumnos durante su estancia en el centro. También recogen datos de salud de los alumnos para el ejercicio de la función educativa, discapacidades físicas o psíquicas, por ejemplo del síndrome TDAH (trastorno por déficit de atención e hiperactividad).
Para prestar el servicio de comedor también es necesario recabar datos de salud que permitan conocer los alumnos que son celiacos, diabéticos o que padecen alergias alimentarias. También son datos de salud los contenidos en los informes psicopedagógicos de los alumnos»

- **Datos relativos a la vida sexual**
- **Datos relativos a la orientación sexual**

Para el cumplimiento de los principios y derechos de diversidad sexual y de género y la no discriminación, se han establecido en las
Comunidades Autónomas protocolos que obligan al tratamiento en los centros educativos de datos reveladores de la orientación sexual.

¿Cuáles pueden ser las primeras acciones para velar por los datos personales en un centro educativo, a la hora de presentar datos a la comunidad educativa?

- **Seudonimización** es una medida utilizada para impedir la identificación del interesado por terceras personas, mediante la disociación de la identidad del interesado y del dato personal, sustituyendo la identidad real por un identificador ficticio (seudónimo) y manteniendo determinada información adicional separada que permite volver a realizar la identificación.
  Por ejemplo, si en un **listado que incluya el nombre y apellidos** de los alumnos con

medidas educativas especiales, la dirección de un centro **sustituye la identificación por códigos individuales** de uso único que guarda de forma separada y segura en un repositorio, estaría aplicando una técnica de seudonimización, porque evita que terceras personas puedan identificarlos, pero las personas autorizadas podrían en cualquier momento volver a asociar cada código a cada alumno para identificarlos.

- **Anonimización** es un proceso que disocia de forma permanente la identidad y el dato, de forma que no permita volver a singularizar o identificar al interesado, que se oculta con un proceso irreversible. Por ejemplo, si en un listado Excel de calificaciones de todos los alumnos de un centro suprimimos las columnas que contienen los datos de identificación del alumnado para elaborar una estadística, si no existiese ninguna información adicional (característica física, un dato de localización o un rasgo cultural o biológico) que permita identificar qué alumno ha obtenido cada nota hemos aplicado un proceso de anonimización.



Imagen de Jan en Pixabay

- **Publicación de parte de los datos**. La Agencia Española de Protección de Datos nos transmite posibles criterios prácticos, como el que mostramos a continuación, a la hora de publicar listados tablones de anuncios o en sus comunicaciones digitales ante la necesidad legal de tener que dar información pública de la divulgación del documento nacional de identidad, para ello, seleccionaremos aleatoriamente el grupo de cuatro cifras numéricas que se van a publicar para la identificación de los interesados en las publicaciones de actos administrativos. El procedimiento para la determinación de forma aleatoria de las cuatro cifras numéricas a publicar del código de identificación de un interesado se realiza mediante el proceso de selección aleatoria en una bolsa opaca de

una bola de entre cinco **bolas numeradas del 1 al 5**, si a bola resultante es la **número 4**, la publicación de documento nacional de identidad será de la siguiente forma:
Dado un DNI con formato **12345678X**, se publicarán los dígitos que en el formato que ocupen las posiciones cuarta, quinta, sexta y séptima. En el ejemplo:

*****4567****

Medidas preventivas, herramientas y configuraciones para proteger la privacidad

Para preservar nuestra privacidad deberemos de tener una serie de precauciones, configuraciones y herramientas concretas que nos ayuden a preservar nuestros datos y por tanto nuestra privacidad, debemos de tener muy presente:

- Mantener los dispositivos que utilicemos **actualizados.**
- **Protección frente accesos no deseados**. La primera barrera de seguridad son los patrones de desbloqueo y las contraseñas que tienen que ser robustas (difíciles de romper), no predecibles y secretas.
- **Cifrado del contenido** del dispositivo.
- **Gestión de contraseñas.**
- **Detección de accesos y/o usos no controlados** del dispositivo.

> Para más información y conocer más herramientas que nos ayudan a tener mayor privacidad pulsa en el siguiente enlace

- **Configurar las opciones de privacidad** de RR.SS., navegadores, sistemas operativos, aplicaciones de mensajería instantánea, etc.

> Para más información sobre configuraciones pulsa en el siguiente enlace

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Principales leyes que respaldan la protección de datos

- **CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA** (ART. 18 CE).

En el Art. 18 de la Constitución Española se garantiza:

1. El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
2. El secreto de las comunicaciones y, en especial, de las postales, telegráficas y telefónicas, salvo resolución judicial.

La ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos.

> Para más información pulsa en el siguiente enlace

- REGLAMENTO (UE) 216/679, DE 27-4-2016, RELATIVO A LA PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS FÍSICAS EN LO QUE RESPECTA AL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Y A LA LIBRE CIRCULACIÓN DE ESTOS DATOS Y POR EL QUE SE DEROGA LA DIRECTIVA 95/46/CE (**REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS, RGPD**)

> Para más información pulsa en el siguiente enlace

- **LEY ORGÁNICA** 3/2018, DE 5 DE DICIEMBRE, DE **PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y GARANTÍA DE LOS DERECHOS DIGITALES** (**LOPDGDD**)

1. Está en vigor desde el 07/12/2018.
2. Completa y aplica el RGPD e incorpora un Título X dedicado a la “Garantía de los derechos digitales”, que desarrolla aspectos como el derecho a la educación digital, la protección

de los menores en Internet o un nuevo catálogo de derechos de la “Era digital”, como los relacionados con internet y redes sociales o en el ámbito laboral y funcionarial.

> Para más información pulsa en el siguiente enlace

- LEY ORGÁNICA 3/2022, DE 31 DE MARZO, DE ORDENACIÓN E INTEGRACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

CAPÍTULO III Instrumentos de gestión del Sistema de Formación Profesional.

Sección 1.ª Registro Estatal de Formación Profesional.

Artículo 14. Naturaleza.

2. Los datos del Registro serán objeto de tratamiento automatizado con sujeción a las medidas de seguridad previstas en la normativa sobre protección de datos de carácter personal.

Sección 2.ª Registro Estatal de Acreditaciones de Competencias Profesionales Adquiridas por Experiencia Laboral o Vías No Formales e Informales:

Artículo 16. Naturaleza.

2. Los datos del registro serán objeto de tratamiento automatizado con sujeción a las medidas de seguridad previstas en la normativa sobre protección de datos de carácter personal.

> Para más información pulsa en el siguiente enlace

- LEY ORGÁNICA 2/2006, DE 3 DE MAYO, DE EDUCACIÓN (**LOE**), RECIENTEMENTE MODIFICADA POR LA LEY ORGÁNICA 3/2020, DE 29 DE DICIEMBRE (**LOMLOE**)

Disposición adicional vigesimotercera. Datos personales de los alumnos:

1. Los centros docentes podrán recabar datos necesarios para el ejercicio de su función educativa, que podrán hacer referencia al origen y ambiente familiar y social, a características o condiciones personales, al desarrollo y resultados de su escolarización, así como a aquellas otras circunstancias cuyo conocimiento sea estrictamente necesaria para la función docente y orientadora. Los padres o tutores y los propios alumnos deberán colaborar en la obtención de la información.
2. La incorporación de un alumno a un centro docente supondrá el tratamiento de sus datos y, en su caso, la cesión de datos procedentes del centro en el que hubiera estado

escolarizado con anterioridad.

3. En el tratamiento de los datos del alumnado se aplicarán normas técnicas y organizativas que garanticen su seguridad y confidencialidad.
4. El profesorado y el resto del personal que acceda a datos personales y familiares o que afecten al honor e intimidad de los menores o sus familias quedará sujeto al deber de sigilo.

Artículo 111 bis. Tecnologías de la información y la comunicación. Esta disposición regula aspectos tan relevantes como:

- Los estándares que garanticen la interoperabilidad entre los distintos sistemas de información del Sistema Educativo Español y los distintos niveles de compatibilidad y seguridad en el tratamiento de los datos.
- El número identificativo para cada alumno o alumna, a fin de facilitar el intercambio de la información relevante con respeto de la privacidad y protección de datos personales.
- Los entornos virtuales de aprendizaje que se empleen en los centros docentes sostenidos con fondos públicos que deben permitir el acceso del alumnado, desde cualquier sitio y en cualquier momento, con respeto de la normativa de propiedad intelectual, privacidad y protección de datos personales y de los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas y procurando su compatibilidad e interoperabilidad. Así mismo, se regulan las características de las plataformas digitales y tecnológicas ofrecidas por el Ministerio de Educación y Formación Profesional a toda la comunidad educativa.
- La obligación de las Administraciones educativas y de los equipos directivos de los centros de promover el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el aula. También se obliga a establecer las condiciones que hagan posible la eliminación en el ámbito escolar de las situaciones de riesgo por la inadecuada utilización de las TIC, con especial atención a las situaciones de violencia en la red.
- La obligación estatal de fijar los marcos de referencia de la competencia digital en la formación inicial y permanente del profesorado para el desarrollo de una cultura digital en los centros y en las aulas.
- La obligación de las Administraciones públicas de velar por el acceso de todos los estudiantes a los recursos digitales necesarios (para disminuir la denominada brecha digital).

> Para más información pulsa en el siguiente enlace

Plan de comunicación del centro educativo

Tratamiento de los datos personales en los centros educativos y personas que intervienen

¿Qué es el tratamiento de datos?

Cualquier operación o conjunto de operaciones realizadas sobre datos personales o conjuntos de datos personales, ya sea por procedimientos automatizados o no, como la recogida, registro, organización, estructuración, conservación, adaptación o modificación, extracción, consulta, utilización, comunicación por transmisión, difusión o cualquier otra forma de habilitación de acceso, cotejo o interconexión, limitación, supresión o destrucción.

Resumiendo, es **cualquier actuación que se haga sobre datos personales**, y podrá ser considerada un tratamiento de datos personales.

Copyright 2026



Fuente propia

Desde la tramitación de los procesos de **admisión del alumnado**, los centros educativos tratan información personal del alumno para proporcionarle los servicios de educación y orientación, que se traduce en acciones muy diversas realizadas por parte de diferentes intervinientes: las autoridades educativas estatales y autonómicas, el centro docente, los órganos de gobierno y participación de los centros, los integrantes de la comunidad educativa (profesorado, alumnado, familias...), con finalidades tan distintas como la confección de los **expedientes académicos**, la **gestión de los comedores** y **transporte escolares**, la **concesión de ayudas para estos conceptos y para material curricular**, la concesión de **premios académicos**, la organización y promoción de actividades educativas, **culturales, deportivas** y de ocio, la evaluación académica, la **orientación del alumnado con necesidades educativas** especiales o específicas, la corrección disciplinaria. Para ello se recogen y registran datos personales, se captan y difunden imágenes del alumnado y profesorado, se organizan eventos, se utilizan recursos didácticos digitales, se comunican datos a diversas instituciones...

Todo ello implica el **tratamiento de un considerable volumen de datos personales** que afectan a toda la comunidad educativa. Este tratamiento se realiza en diversos **formatos, en papel, a través de aplicaciones informáticas,** por medio de empresas externas, con y sin transferencias internacionales de datos.

Por otra parte, algunos de estos datos deberán destruirse tras finalizar el curso escolar o tras agotarse la finalidad de su tratamiento, pero otros se mantienen por tiempo indefinido en los gestores y repositorios de expedientes académicos. Cada uno de estos medios y cada uno de estos períodos de conservación tiene unos riesgos específicos para la protección de datos que debemos

Copyright 2026

tener en cuenta.

Por lo tanto, desde el origen de un tratamiento hasta su supresión se realizan determinadas operaciones con los datos personales. Cada operación tiene unas reglas básicas que afectan al diseño de cualquier proyecto, al registro del tratamiento, a la transparencia e información a los interesados, a la gestión del tratamiento por el propio responsable o a través de otra persona encargada, al sistema informático utilizado y las medidas de seguridad aplicables, así como a la gestión de los incidentes o brechas de seguridad, al ejercicio de derechos o a cómo conservar y destruir adecuadamente los datos una vez agotada su finalidad.



Infografía Quién es quién. Fuente AEPD.

Responsable

Persona física o jurídica, autoridad pública, servicio u organismo que solo o con otros determine los fines y medios del tratamiento.
En los tratamientos educativos realizados por los centros educativos públicos, son responsables,

habitualmente, los órganos administrativos de la **Consejería de Educación** o del Ministerio de Educación en su ámbito de actuación respectivo, aunque actúen en muchos tratamientos a través de los centros docentes o de otro personal. El tratamiento de los datos por estas personas autorizadas para tratar los datos personales bajo la autoridad directa del responsable no se considera cesión o comunicación de datos, porque estas personas actúan en nombre del responsable.

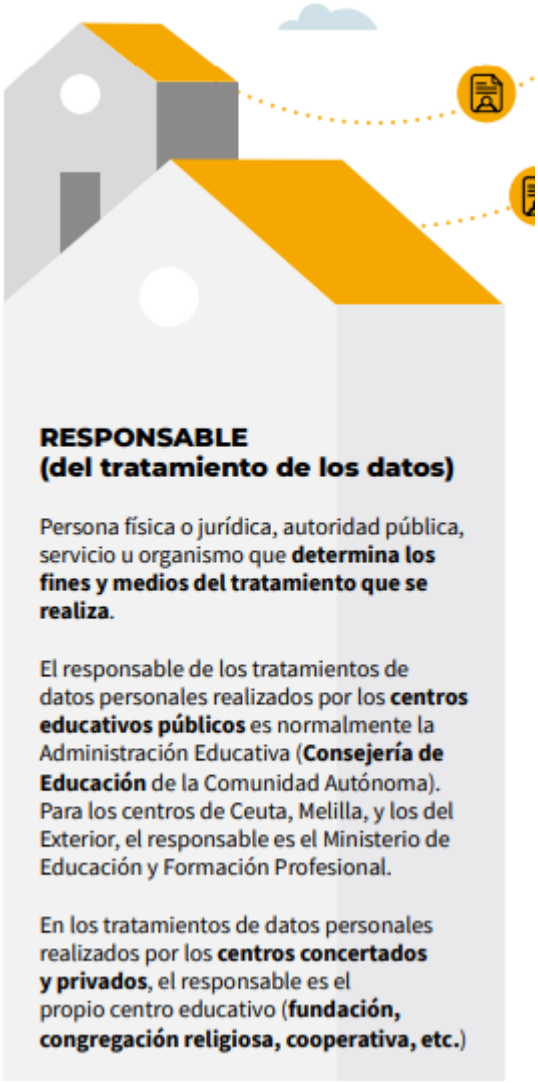
El **registro de actividades de tratamiento (RAT)** en las Administraciones Públicas (incluidos los centros docentes) es público y debe ser accesible por medios electrónicos (art. 31.2 LOPDGDD). En los centros públicos, normalmente será **la Consejería de Educación la que se encargue de actualizar ese RAT,** en su caso, con el asesoramiento de los Delegados de Protección de Datos, a quienes deben comunicarse por el responsable las modificaciones, adiciones o supresiones que se hagan en el RAT.



Modificación de la imagen de Mohamed Hassan en Pixabay.

> A continuación se muestran dos ejemplos de RAT de los Departamentos de Educación de Valencia (enlace) y de Educación de Madrid (enlace), donde se desglosan los diferente tipos de actividades y agente involucrados.

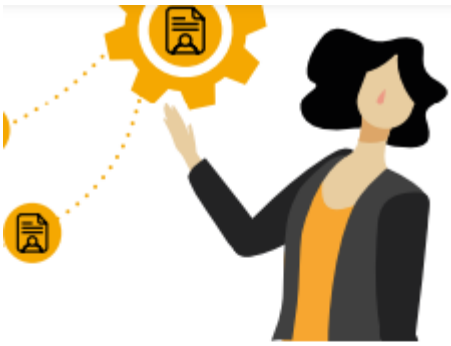
En los centros concertados y privados son responsables los titulares de los propios Centros



Fuente AEPD

Encargado del tratamiento

Persona física o jurídica, autoridad, servicio u organismo que **trata los datos por cuenta del responsable.** Al igual que en el caso de los responsables del tratamiento, **el encargado puede actuar por sí mismo o a través de otras personas que actúan bajo su autoridad directa**. Además, el encargado puede subencargar el tratamiento a otras personas o entidades que actúan siguiendo las instrucciones del encargado principal (y a su vez, ambos, siempre deben actuar en el marco de las instrucciones fijadas por el responsable).
El encargado de tratamiento debe ofrecer las garantías suficientes de aplicación de medidas técnicas y organizativas adecuadas para garantizar la protección de datos y su seguridad.
El encargo requiere la firma de un contrato. En resumen, los encargados asumen la mayor parte de las obligaciones de los responsables con respecto al encargo realizado, pero actúan por cuenta de estos y siguiendo sus instrucciones, fijadas en el acto jurídico correspondiente.



ENCARGADO
(del tratamiento de los datos)

Persona física o jurídica, autoridad, servicio u organismo que **trata los datos por cuenta del responsable**. El responsable determina a quién le encarga el tratamiento que se va a llevar a cabo. Debe ser elegido por éste únicamente **entre los que ofrezcan garantías suficientes** de cumplimiento de la normativa de protección de datos.

El encargado siempre debe actuar en el marco de las instrucciones fijadas por el responsable.

El flujo de datos personales entre el responsable y el encargado no constituye una cesión de datos.

Ejemplos de encargados en el ámbito educativo: prestadores de servicios tecnológicos, empresas que gestionan el comedor escolar, la ruta escolar, las actividades extraescolares, etc.

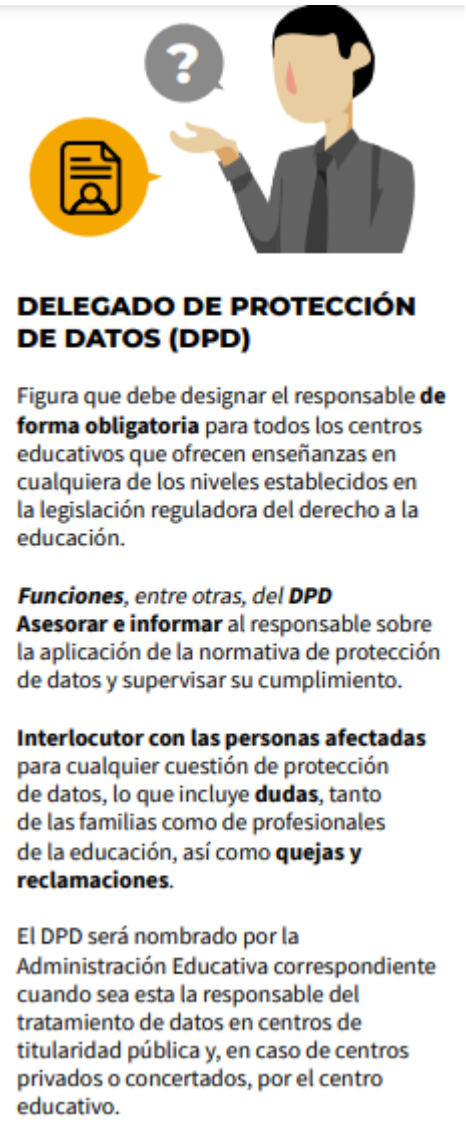
Fuente AEPD

Delegado de protección de datos

El DPD tiene funciones principales de **supervisión del cumplimiento de la legislación sobre protección de datos**, **asesoramiento a responsables y encargados** en esta materia de protección de datos, cooperación e interlocución con la autoridad de control respectiva, participación en las reclamaciones de los interesados, evaluaciones de impacto y en otros asuntos encomendados a los responsables de los tratamientos.

El DPD puede formar parte de la plantilla del responsable o del encargado del tratamiento o desempeñar sus funciones en el marco de un contrato de servicios.

Copyright 2026



Fuente AEPD

La LOPDGDD especifica los responsables y encargados que deberán designar un DPD, mencionándose entre ellos los centros docentes que ofrezcan enseñanzas en cualquiera de los niveles educativos. **Esto no significa que cada centro docente deba tener un DPD distinto, sino que todos los centros deben tener un DPD**. A estos efectos, el artículo 37.3 RGPD establece que cuando el responsable o el encargado del tratamiento sea una autoridad u organismo público, «se podrá designar un único delegado de protección de datos para varias de estas autoridades u organismos, teniendo en cuenta su estructura organizativa y tamaño».

agencia española protección datos

Contactos DPD Educación CC.AA.

COMUNIDAD/CIUDAD AUTÓNOMA	E-mail del DPD
Andalucía [1] (Autoridad de control propia)	DPD.CED@JUNTADEANDALUCIA.ES
Aragón	PROTECCIONDATOSECD@ARAGON.ES
Asturias	DPD-PRESIDENCIA@ASTURIAS.ORG
Baleares	PROTECCIODADES@DPD.CAIB.ES
Canarias	VEUD.EDUCACION@GOBIERNODECANARIAS.ORG
Cantabria	DPDCENTROSDOCENTES@EDUCANTABRIA.ES
Castilla-La Mancha	PROTECCIONDATOS@JCCM.ES
Castilla y León	DPD.EDUCACION@JCYL.ES
Cataluña [2] (Autoridad de control propia)	DPD.PRESIDENCIA@gencat.cat
Extremadura	DPD@JUNTAEX.ES
Galicia	DPD.CULTURA.EDUCACION@XUNTA.GAL
La Rioja	DELEGADAPD@LARIOJA.ORG
Madrid	PROTECCIONDATOS.EDUCACION@MADRID.ORG
Murcia	DPD.CENTROS@MURCIAEDUCA.ES
Navarra	DPD@NAVARRA.ES
País Vasco [3] (Autoridad de control propia)	DPD-DBO@AVPD.EUS
Valencia	DPD@GVA.ES
Ceuta y Melilla	DPD MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y F.P. DPD@EDUCACION.GOB.ES

Fuente AEPD

Los centros concertados y privados también están obligados a tener su propio DPD, si bien, entre varios centros pueden compartir uno.

Interesado

Es la **persona física titular (propietaria) de los datos personales**. Es importante recordar que los responsables o encargados de tratamiento tratan (administran) los datos de los interesados, pero los datos pertenecen únicamente a cada persona física identificada o identificable a la que se refieren.



Fuente AEPD

Además a los interesados les ampara la normativa de protección de datos y le otorga una serie de derechos, los cuales los puede ejercer dirigiéndose ante quien está tratando sus datos (responsable). Los derechos son los siguientes:

- Derecho de información
- Derecho de rectificación
- Derecho de oposición
- Derecho a la limitación de tratamiento
- Derecho de acceso
- Derecho de supresión
- Derecho de portabilidad

Copyright 2026



Fuente AEPD

Destinatario

Es la persona física o jurídica, autoridad u organismo **a quien se comuniquen (cedan) los datos personales**, ya sea esta persona otro responsable o un tercero.
La cesión de datos será una transferencia internacional cuando el destinatario de los datos está establecido en países fuera del Espacio Económico Europeo (los países de la Unión Europea más Liechtenstein, Islandia y Noruega). En caso de transferencia internacional, el RGPD exige garantías o requisitos adicionales para el tratamiento de datos personales.

Tercero

Es la persona física o jurídica, autoridad, servicio u organismo distinto del interesado, del responsable del tratamiento, del encargado del tratamiento y de las personas autorizadas para tratar los datos personales bajo la autoridad directa del responsable o del encargado.

Copyright 2026

Autoridad de control

La autoridad pública independiente establecida por un Estado miembro de la UE con arreglo a lo dispuesto en el artículo 51 RGPD. Se llama «autoridad de control interesada» a la autoridad de control a la que afecta el tratamiento de datos personales.
La **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** es una autoridad administrativa independiente de ámbito estatal, con personalidad jurídica y plena capacidad pública y privada, que actúa con plena independencia de los poderes públicos en el ejercicio de sus funciones y se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Justicia.



Agencia Española de Protección de Datos. Fuente AEPD

Tiene atribuidos los poderes y funciones, los más relevantes son las potestades de investigación e inspección, la atención de reclamaciones, la potestad sancionadora, dictar criterios y circulares obligatorias, los planes de auditoría preventiva y directrices.

> ¿Cuál es el protocolo de actuación en caso de tener una brecha de seguridad?: El **responsable** debe notificar a la correspondiente **autoridad de control** (AEPD) a través del **DPD** en un plazo muy reducido (**72 horas** desde que se tenga conocimiento del incidente), así como la adopción de las medidas cautelares que procedan para evitar perjuicios mayores en la privacidad y, en algunos casos, la notificación del incidente producido también a los **interesados**.

Copyright 2026

Plan de comunicación del centro educativo

Principios en materia de protección de datos

Los principios en materia de protección de datos pretenden asegurar que se está actuando de forma adecuada para no verse comprometida la privacidad, en total son 9 los principios que los detallamos a continuación:

1. **Licitud** : el tratamiento solo es posible si concurren las condiciones previstas en los artículos 6.1 RGPD (condiciones de licitud) y siempre que se den las circunstancias del 9.2 RGPD, para el caso de las categorías especiales de datos.

2. **Lealtad** : debe haber coincidencia entre la información facilitada al interesado sobre el tratamiento y el tratamiento efectivamente realizado en cada momento.

3. **Transparencia** : debe cumplirse con los deberes de información de los artículos 12 al 14 del RGPD, en los que se prevé concretamente la información mínima que debe facilitarse a los interesados en todo tratamiento, y garantizar que toda información y comunicación relativa al tratamiento sea fácilmente accesible y fácil de entender y que se utiliza un lenguaje sencillo y claro. Así mismo, debe permitirse el acceso a la información , en los términos previstos en el RGPD.



Copyright 2026

Imagen de pikisuperstar en Freepik

4. **Limitación de la finalidad**: la recogida de datos se hará para fines determinados, explícitos y legítimos y el tratamiento posterior debe ser compatible con dichos fines, con la excepción prevista para el archivo, investigación y estadística (y para estas finalidades el art. 89 exige garantías adecuadas, entre ellas la minimización y seudonimización, cuando sea posible).
En todo caso, se debe garantizar la información del interesado sobre esos otros fines posteriores y sobre sus derechos, incluido el derecho de oposición.



Fuente propia

5. **Minimización de datos**: solo pueden tratarse los datos adecuados, pertinentes y necesarios para los fines del tratamiento.

Este principio está relacionado la protección de datos por defecto que también debe garantizar el responsable; con el principio de limitación de la finalidad, ya que solo es pertinente el tratamiento que se limita a la finalidad informada, así como con los principios de necesidad y proporcionalidad, en virtud de los cuales en los tratamientos siempre deberá buscarse la mínima incidencia posible en el derecho de protección de datos de forma que solo es adecuado el tratamiento que es proporcionado a la finalidad perseguida y siempre que esta finalidad no pudiera lograrse razonablemente por otros medios.

6. **Exactitud y calidad de los datos**: Los datos deben ser exactos y actualizados y ello exige adoptar todas las medidas razonables para que se supriman o rectifiquen sin dilación los datos

Copyright 2026

personales que sean inexactos.
De acuerdo con la LOPDGDD, la inexactitud no es imputable al responsable del tratamiento cuando este haya adoptado todas las medidas razonables para que se supriman o rectifiquen sin dilación los datos personales que procedan, si los datos inexactos hubiesen sido obtenidos por el responsable:

- Directamente del afectado.
- De un mediador o intermediario en caso de que las normas aplicables al sector de actividad establecieran su posibilidad de intervención.
- De otro responsable en virtud del ejercicio por el afectado del derecho a la portabilidad.
- De un registro público.

7. **Limitación del plazo de conservación**: los datos deben mantenerse solo durante el tiempo necesario para los fines del tratamiento, salvo fines de archivo en interés público, investigación científica o histórica o estadísticos. Para ello es importante fijar plazos para la supresión y revisión periódica del tratamiento. Este principio también está relacionado con otros, como el de minimización, limitación de la finalidad y protección de datos por defecto.
En la conservación de datos en las Administraciones Públicas debe tenerse en cuenta la normativa sobre archivos y gestión de
documentos, aunque con frecuencia existe una gran indefinición en los plazos de conservación y una tendencia a conservar la información durante períodos superiores a los realmente necesarios. Por otra parte, las políticas de conservación o archivo deben tener en cuenta medidas de seguridad adecuadas, al igual que la supresión debe realizarse con seguridad.



Imagen de storyset en Freepik

8. **Integridad y confidencialidad**: debe garantizarse una seguridad adecuada de los datos personales, incluida la protección contra el tratamiento no autorizado o ilícito y contra su pérdida, destrucción o daño accidental, mediante la aplicación de medidas técnicas u organizativas apropiadas.

El RGPD se refiere a la seguridad del tratamiento de datos que debe garantizarse por el responsable y, en su caso, el encargado, mediante la adopción de medidas técnicas y organizativas proporcionadas, por ejemplo:

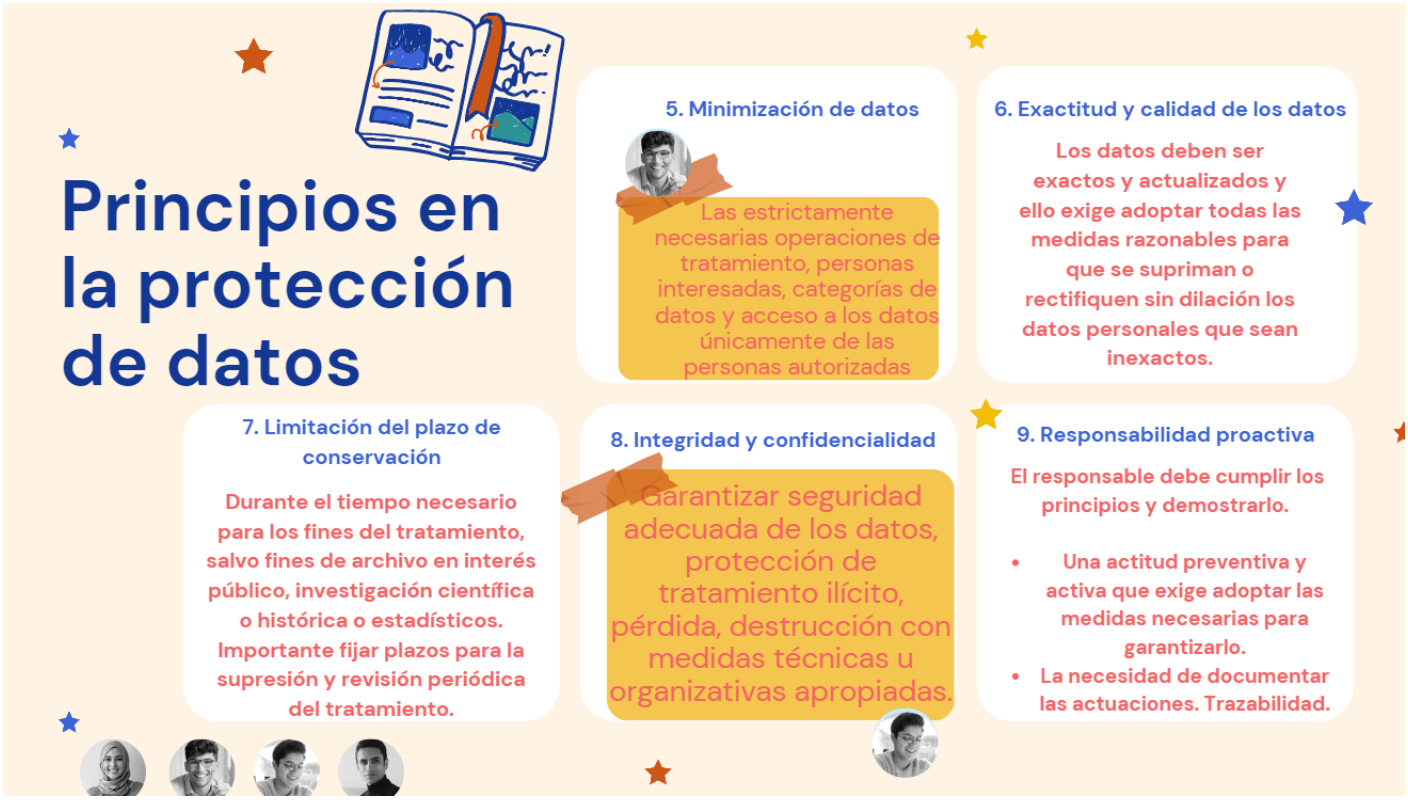
- La seudonimización y el cifrado de datos personales
- La capacidad de garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios del tratamiento
- La capacidad de restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida en caso de incidente físico o técnico
- Un proceso de verificación, evaluación y valoración regulares de la eficacia de las medidas técnicas y organizativas para garantizar la seguridad del tratamiento.

Con respecto al deber de confidencialidad, la LOPDGDD establece este deber no solo para los responsables y encargados del tratamiento, sino para todas las personas que intervengan en cualquier fase de un tratamiento, manteniéndose aun después de finalizar la relación con el responsable o encargado. Además, esta obligación se establece con carácter complementario a los deberes de secreto profesional.

9. **Responsabilidad proactiva** : El responsable no solo debe cumplir los principios mencionados y otras obligaciones establecidas en el RGPD, sino que debe ser capaz de demostrarlo.
Este principio implica una inversión de la carga de la prueba que alcanza incluso a los procedimientos de infracción en materia de
protección de datos, en los que la "presunción de inocencia" es aplicable a quien demuestra que ha cumplido con sus obligaciones.
En la práctica, este principio se traduce en dos obligaciones atribuibles a los responsables:

- Una actitud preventiva y activa en el cumplimiento de sus deberes, que exige adoptar las medidas necesarias para garantizarlo.
- La necesidad de documentar las actuaciones realizadas en el cumplimiento de sus deberes.

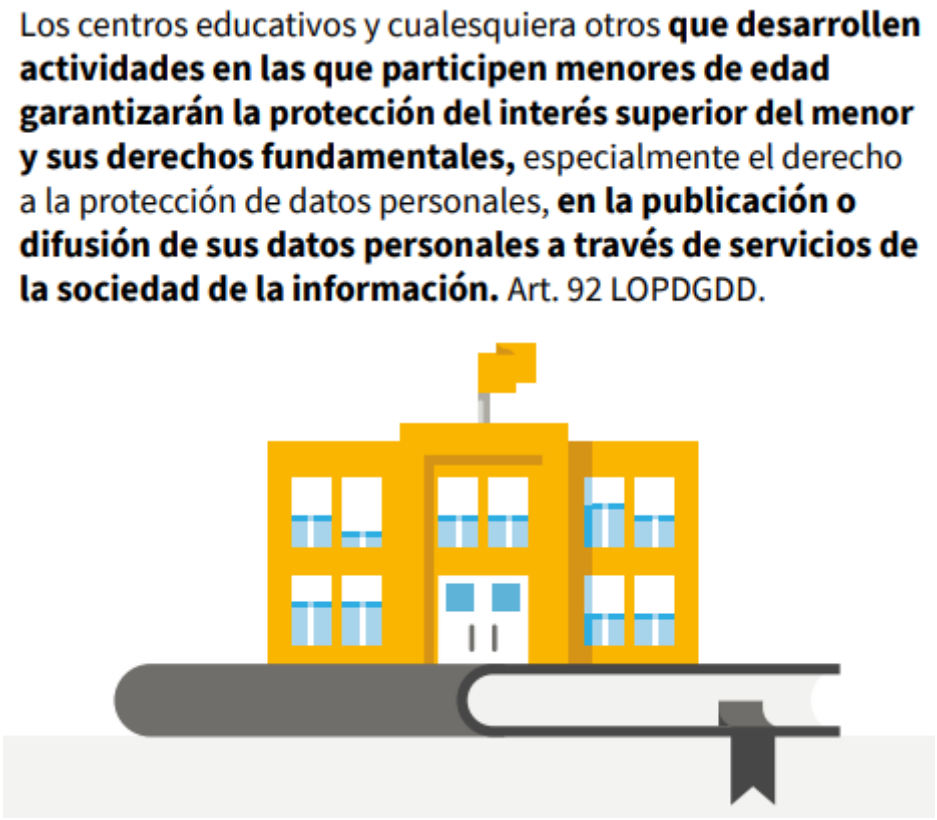
Copyright 2026



Fuente propia

Plan de comunicación del centro educativo

El consentimiento como condición de licitud



Fuente AEPD

Los tratamientos de **datos personales** realizados con una **finalidad estrictamente docente** u orientadora del alumnado (la mayoría de los tratamientos realizados por los centros educativos tienen esta finalidad), están directamente amparados o exigidos por la LOE y, por lo tanto, **no debe recabarse el consentimiento**, sino que este tratamiento viene impuesto **por el cumplimiento de obligaciones legales o de intereses públicos**, sin perjuicio de la obligación del responsable de informar adecuadamente a los interesados. Para el resto de supuestos diferentes a la finalidad docente y orientadora del alumno, la legislación anterior al RGPD partía del principio general de que el tratamiento de los datos de carácter personal, salvo excepciones, requería el consentimiento inequívoco del afectado.

Copyright 2026



El consentimiento es **una de las causas** que puede legitimar el tratamiento de datos personales. Art. 6.1.a) RGPD.

Fuente AEPD

A partir del RGPD, el consentimiento es una más de las condiciones de licitud de los tratamientos, el artículo 6.1 del RGPD, según el cual, el tratamiento de datos debe basarse en alguna de las siguientes condiciones, que denominamos condiciones de licitud o bases de legitimación de los tratamientos de datos:

Art. 6.1.a) RGPD: el interesado dio su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales para uno o varios fines específicos.



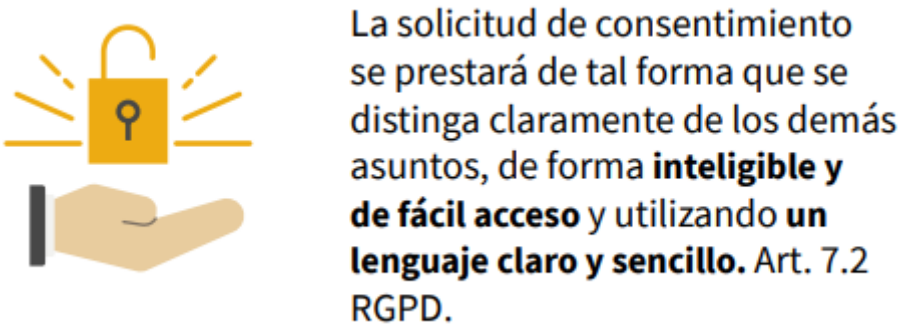
Consentimiento; toda **manifestación de voluntad libre, específica, informada e inequívoca** por la que el interesado acepta, ya sea mediante una **declaración o una clara acción afirmativa,** el tratamiento de datos personales que le conciernen. Art. 4.11 RGPD.

Fuente AEPD

De acuerdo con el RGPD, el consentimiento debe tener las siguientes características:

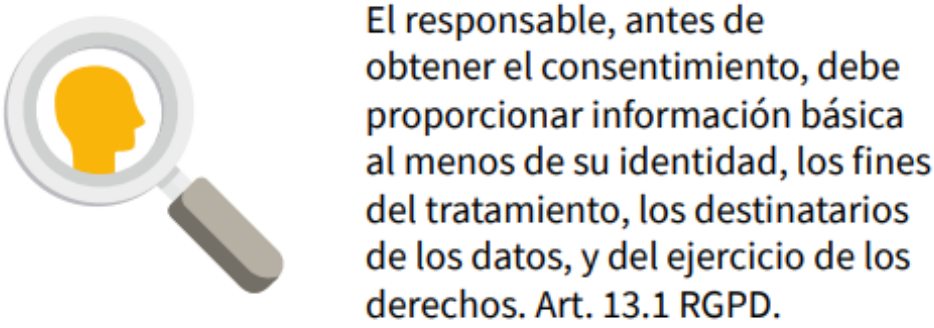
- **Manifestación de voluntad**: auténtica expresión de la voluntad del interesado.
- **Libre**: libre elección, sin sufrir perjuicio alguno, en el ámbito educativo, debe garantizarse que el interesado puede rechazar el tratamiento sin sufrir ningún perjuicio, ni quien consiente el tratamiento debe obtener un premio.
- **Específica**: No son válidos los consentimientos excesivamente genéricos. Por ejemplo, la AEPD ha admitido que se solicite el consentimiento para la captación o difusión de

imágenes de actividades escolares al principio de curso, dado que la finalidad del tratamiento y sus características en estos casos suele ser la promoción de las actividades del centro, pero no son válidas las peticiones de consentimiento genéricas y no especificadas en el propio tratamiento.



Fuente AEPD

- **Informada**: Se debe facilitar a los interesados la información, se debe informar de la existencia del derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento, esta información deberá facilitarse en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo, en particular cualquier información dirigida específicamente a un niño. La información será facilitada por escrito o por otros medios, inclusive, si procede, por medios electrónicos.





El interesado tendrá derecho a **retirar su consentimiento en cualquier momento.** La retirada del consentimiento no afectará a la licitud del tratamiento basada en el consentimiento previo a su retirada **(sin efectos retroactivos)**. Antes de dar su consentimiento, **el interesado será informado de ello.** Será **tan fácil retirar el consentimiento como darlo.** Art.7.3 RGPD.

Fuente AEPD

- **Demostrable**: El responsable debe ser capaz de demostrar que el interesado consintió el tratamiento de sus datos personales, debe conservar la prueba de dicha manifestación (documento con la declaración escrita, grabación con la declaración verbal, etc.)



Corresponde al responsable del tratamiento la prueba de su existencia. Art. 7.1 RGPD.

Fuente AEPD

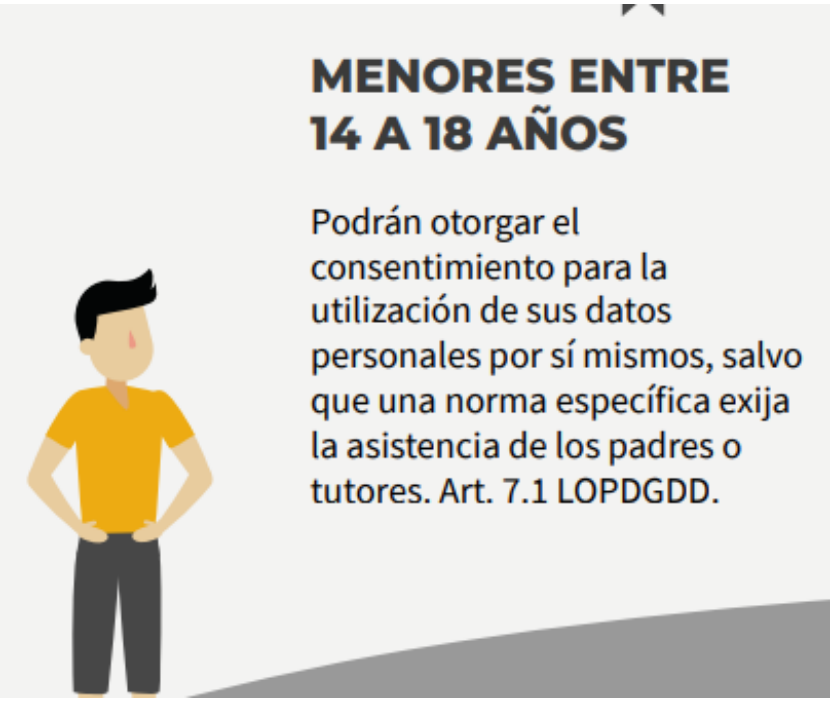
- **Consentimiento de los menores de edad**: La LOPDGDD establece la edad mínima para prestar el consentimiento en 14 años y requiere el consentimiento del titular de la patria potestad o tutela. Por ejemplo, es preciso el consentimiento para la difusión de los datos personales de los participantes en una actividad voluntaria, realizada con fines de promoción de un centro escolar.



Fuente AEPD

> En el momento de crear este curso, la edad mínima exigida por del Gobierno de España para el acceso de redes sociales sin autorización de los padres o tutores legales es 14 años, pero en junio de 2024 se aprobó un anteproyecto de ley que sube la edad mínima a 16 años.
>
> Toda la información esta sintetizada en el siguiente enlace

A continuación podéis pulsar en el siguiente enlace para ver un ejemplo para el alumnado entre 14-18 que son capaces de consentir por sí mismos.



Fuente AEPD

Toda la información esta sintetizada en la siguiente infografía de la AEPD

Community manager educativo

Copyright 2026

Community manager educativo

Cuando hablamos de community manager educativo, no pensamos en una persona, sino en un equipo, pero primero vamos a ver su por qué para ir pensando en el quién.

https://view.genial.ly/5a17eb3ff8582727a04f48d8

Copyright 2026

Community manager educativo

Para qué

Un equipo necesita a alguien que lo coordine, ¿quién?, encontrarlo será más sencillo si sabemos qué tiene que hacer.

El concepto de community manager educativo (dinamizador de redes sociales educativas, por castellanizar la figura), cobra importancia a medida que los centros van teniendo presencia en la red social. Hay muchos modelos y todos pueden ser válidos en función del centro de que se trate. Del estudio de casos, propongo un perfil:

- **Docente del centro** (lo aclaro porque hay centros que confían la tarea a un padre o madre, incluso a una empresa).
- **Que no pertenezca al equipo directivo** (porque ha de ser la voz del exterior en el centro y la voz del centro hacia el exterior y el equipo directivo representa a al centro y a la administración), **pero sí** (en el caso de centros de secundaria) **al departamento de innovación** y, desde luego, vinculado al equipo directivo y conocedor del propio centro.
- **Vinculado con el COFOTAP** (coordinador de formación para las tecnologías de los aprendizajes), pero no necesariamente el COFOTAP.
- **Integrado en la CCP**, porque tiene que estar al tanto de lo que sucede en el centro.
- Con capacidad para **coordinar y dinamizar** equipos.
- Y con la mayor cantidad posible de las cualidades que veremos en el capítulo siguiente.

https://view.genial.ly/5c520e501ef86d73dd8e4844

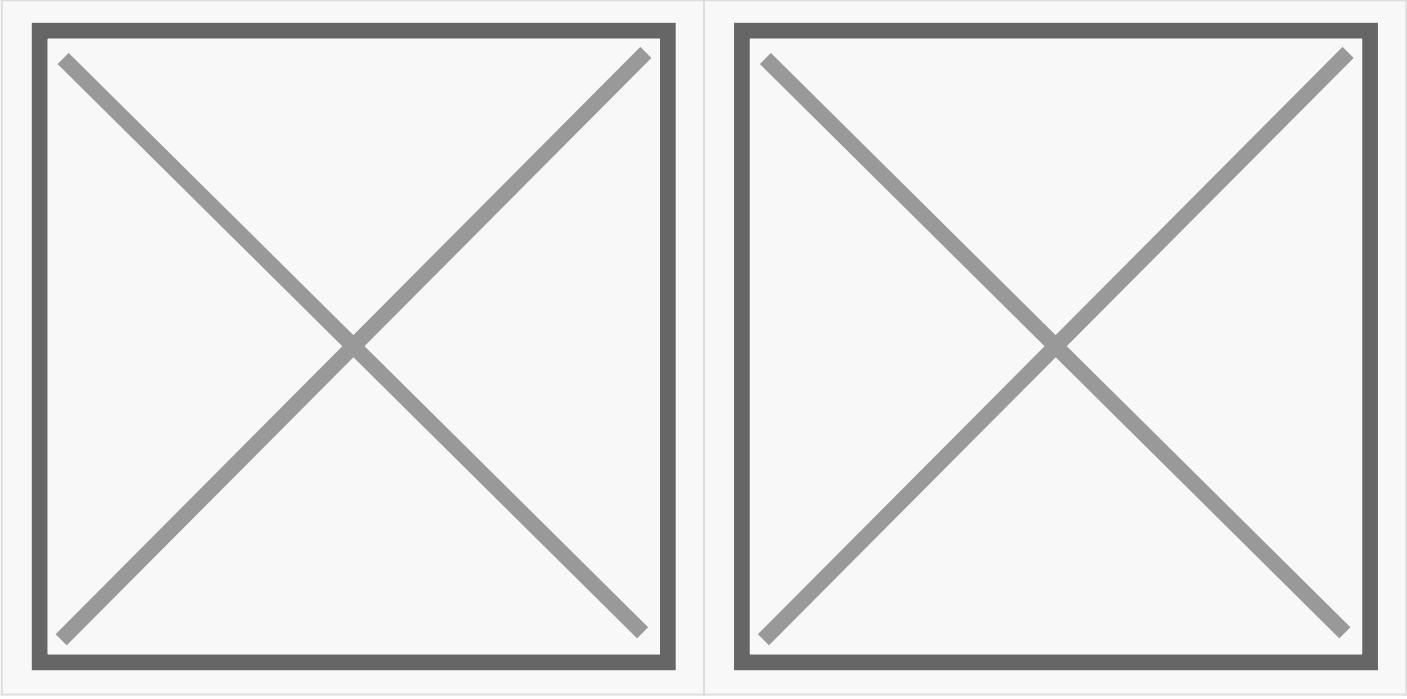
Community manager educativo

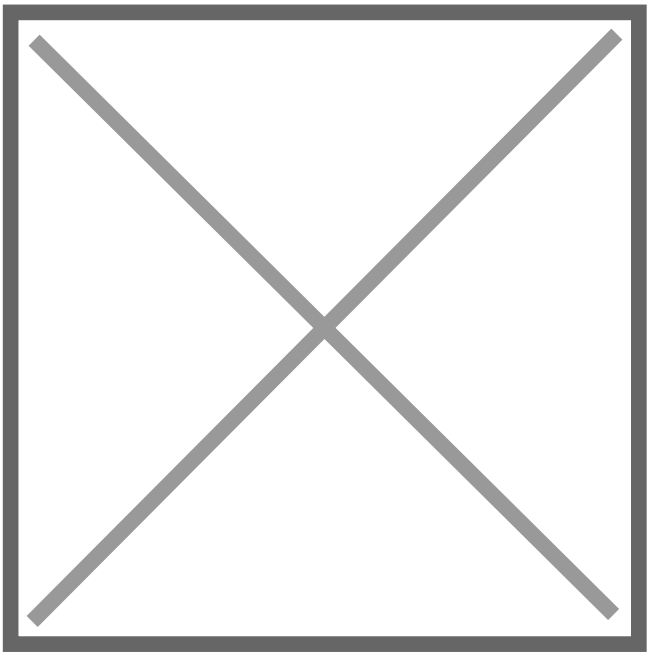
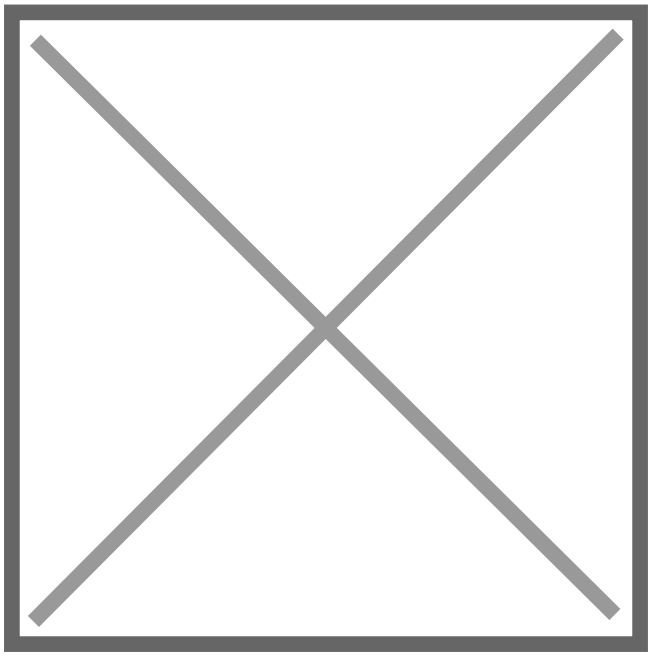
Un compendio de cualidades

El reto de perfilar las cualidades que tendrían que adornar la figura del community manager educativo es inabarcable, un listado de cualidades aplicables en el contexto educativo es tan prolijo que ahí va una adaptación a lo que he vivido como tal y que reúne unas cuantas cualidades (algunas letras tienen varias), dada la complejidad de la figura y de cualquier organización educativa de referencia.

https://view.genial.ly/5a1c5a1ba3a6174d38f2c260

O dicho de otro modo



Respecto a la comunidad educativa	**En relación con su papel como voz del centro (y de la administración educativa)**
	
En relación con los formatos de la información que difunde:	**En relación con su papel como voz del centro (y de la administración educativa)**

Community manager educativo

Modelos organizativos

Naturalmente, cada centro es un universo con sus mundos, pero puede partirse de cuatro modelos organizativos, desde el más sencillo al más complejo y adaptarlos a la realidad compleja de los centros educativos, así mientras que, por ejemplo, un departamento que se declara no competente adquiere la formación necesaria, el Community manager educativo o alguno de los elemento de su equipo, puedan suplir estas carencias.

Desde luego, la organización en equipo es fundamental y admite múltiples variables, incluso la incorporación de alumnado en alguno de los nodos.

https://view.genial.ly/63e00444ec2df40012cc1551

Una imagen para cada red

Copyright 2026

Una imagen para cada red

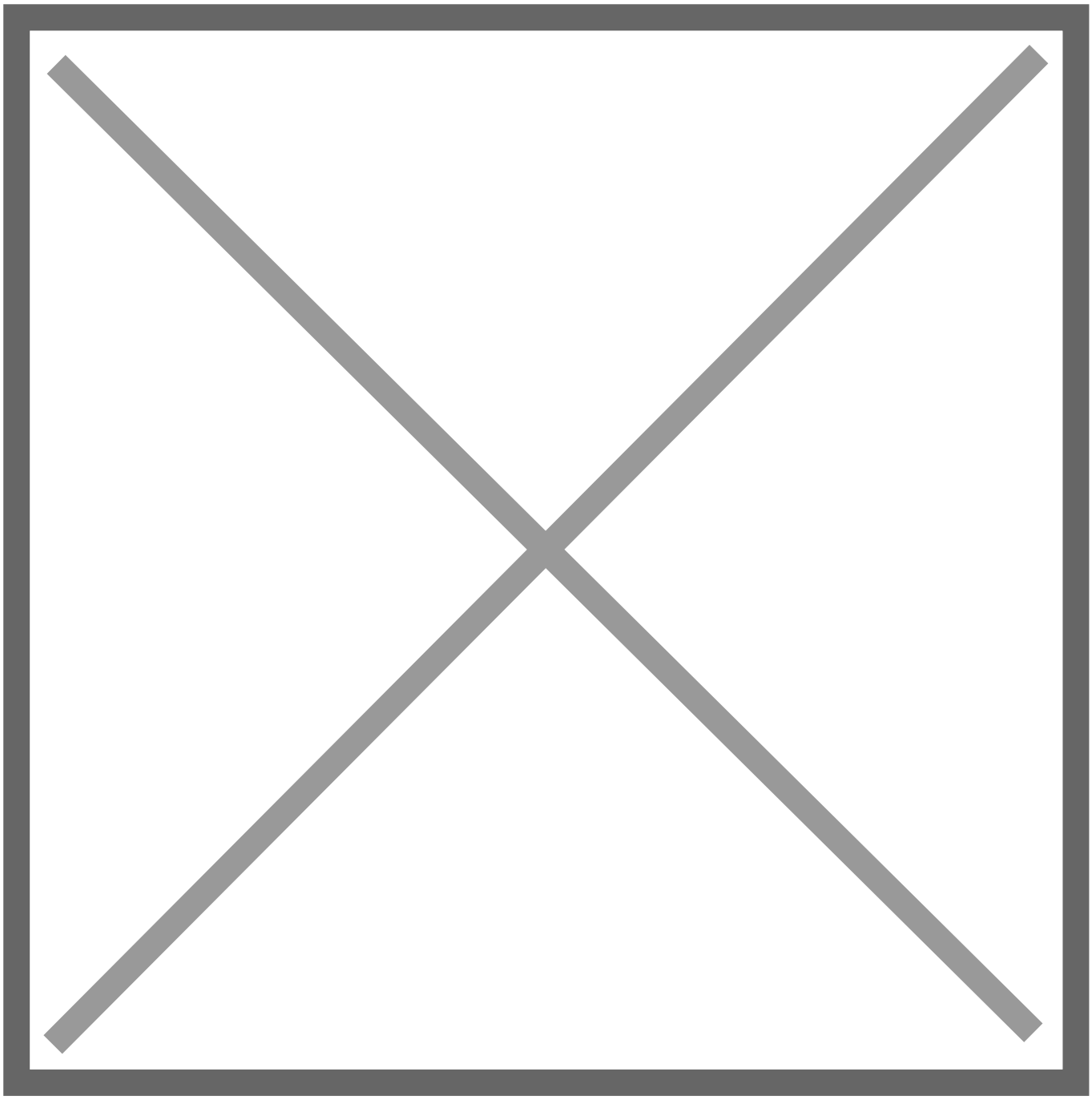
Introducción

Las redes sociales son muy suyas, tienen sus rarezas y, cada una, sus preferencias, ya hemos comentado que no todas son para todos los públicos, pero hay más: cada red tiene su formato, y no es el mismo si lo que diseñamos es para una cabecera que para una publicación.

https://view.genial.ly/602c14d428fc920d99f5b571

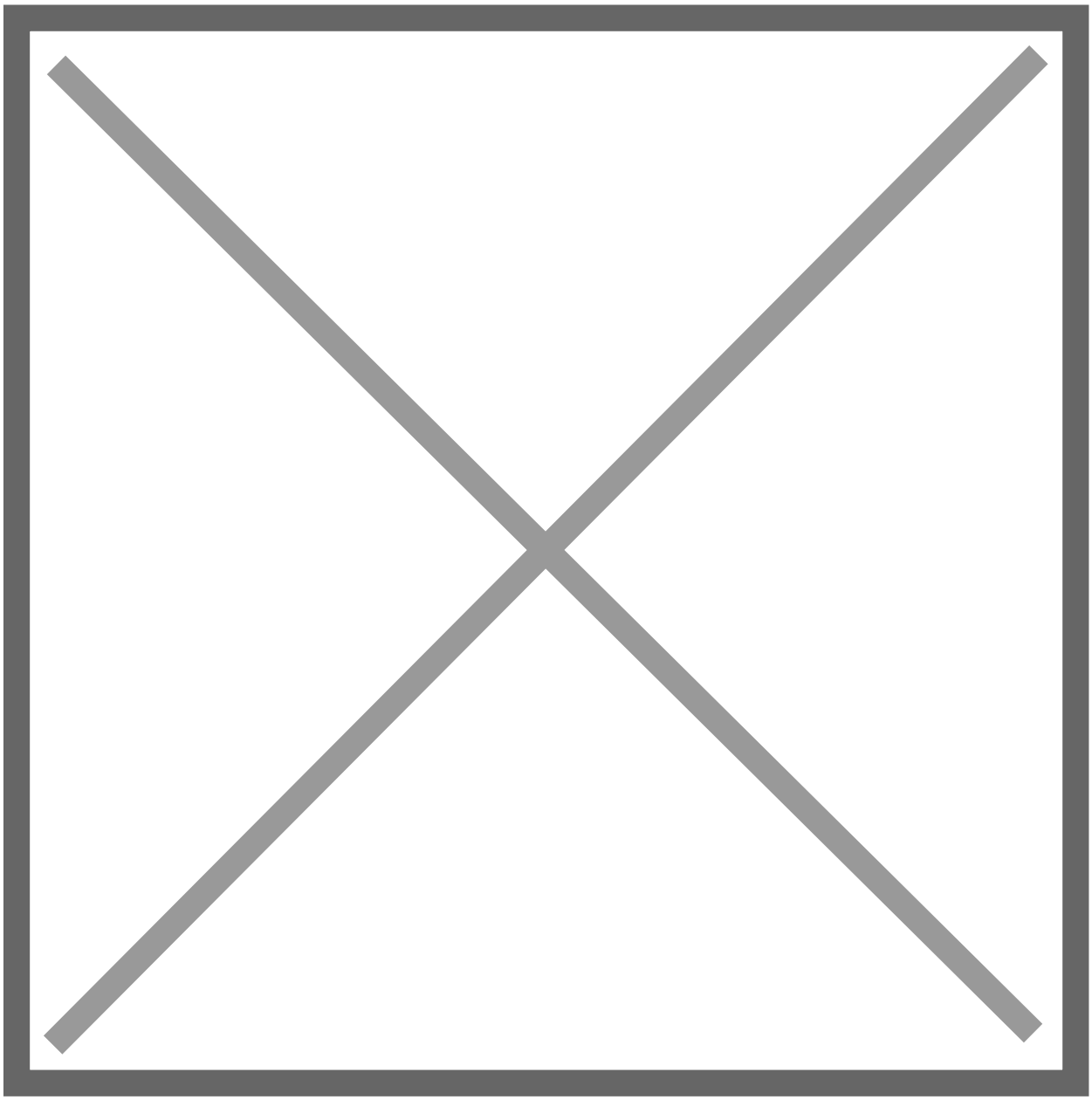
Esta es una comparativa a escala de los tamaños de imágenes en redes

Copyright 2026



Canva o Genially disponen de plantillas relacionadas con las redes sociales con los tamaños adecuados para cada uno de sus requerimientos:

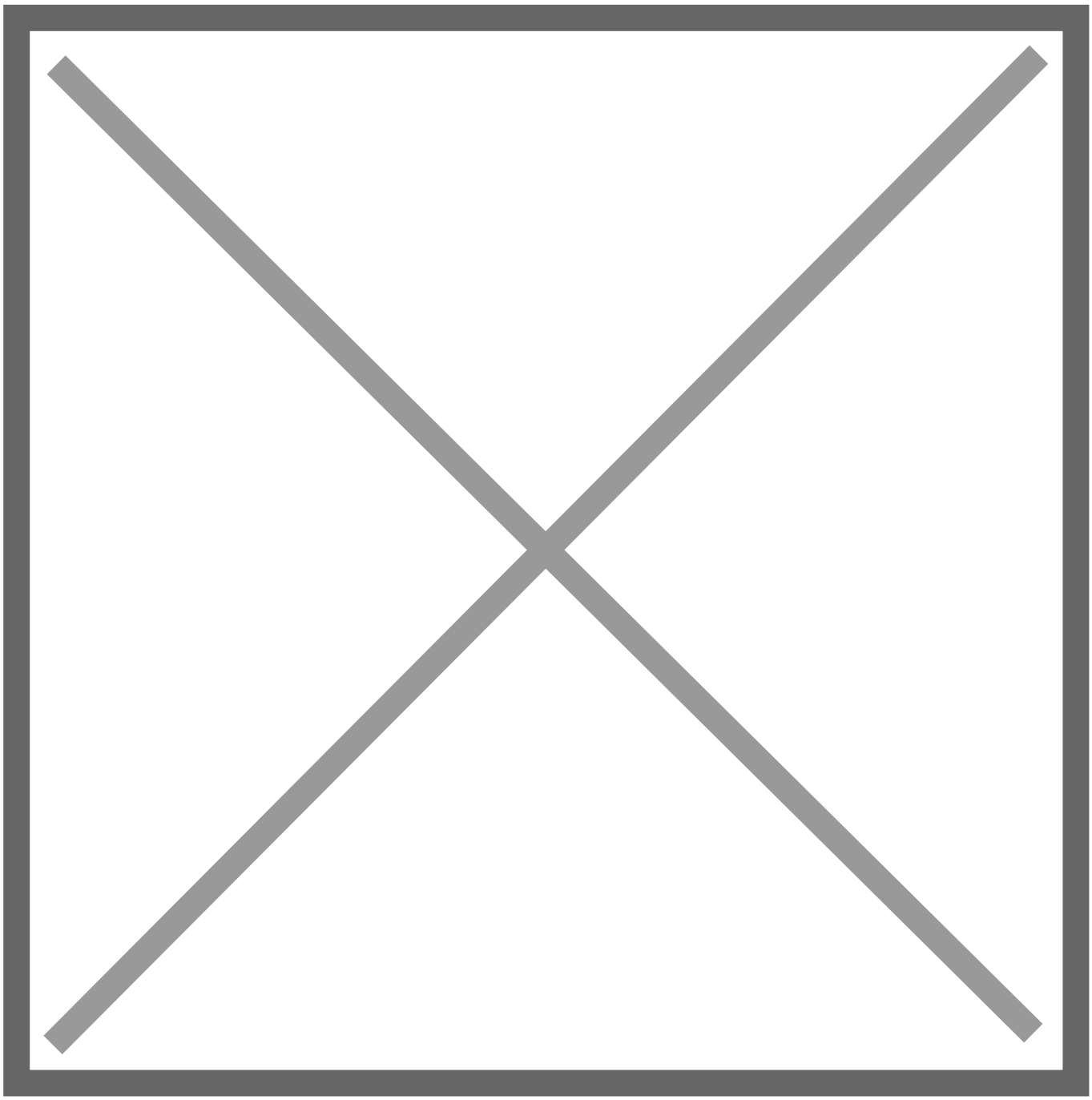
Copyright 2026



En mi caso, tengo varias plantillas preparadas en un programa de presentaciones tipo Google Slides con las dimensiones adecuadas para cada red. Si voy a crear una imagen para un post en cada una de las redes, lo compongo en una de ellas, copio todos los elementos de la infografía y lo pego en otra de las plantillas para recomponerlo y acomodarlo al nuevo tamaño, y así sucesivamente para acabar descargando cada diapositiva como imagen .PNG o .JPG

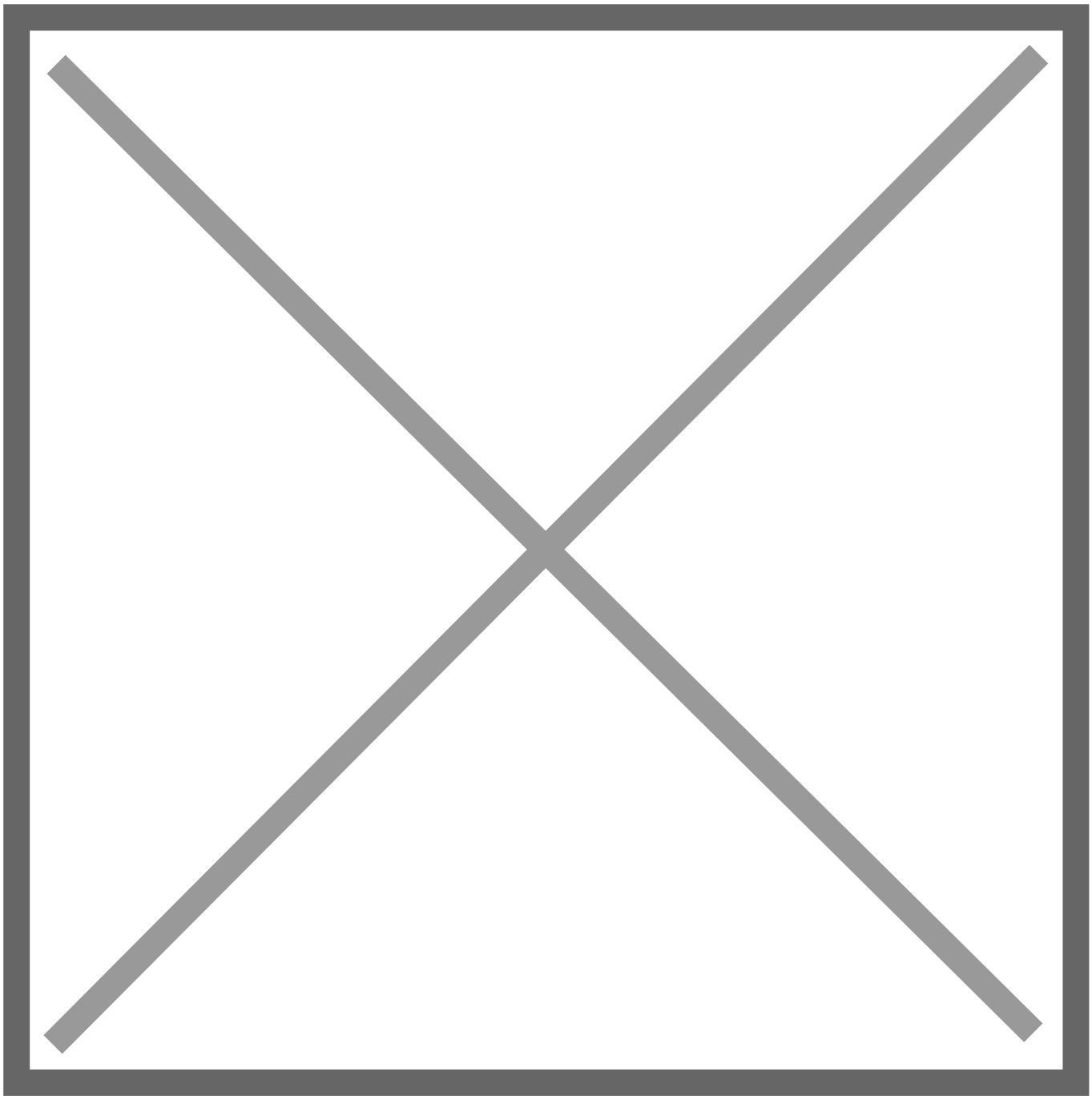
Un ejemplo de cabeceras:

Estoy trabajando en un proyecto de inclusión y necesito crear cabeceras para todas mis redes:



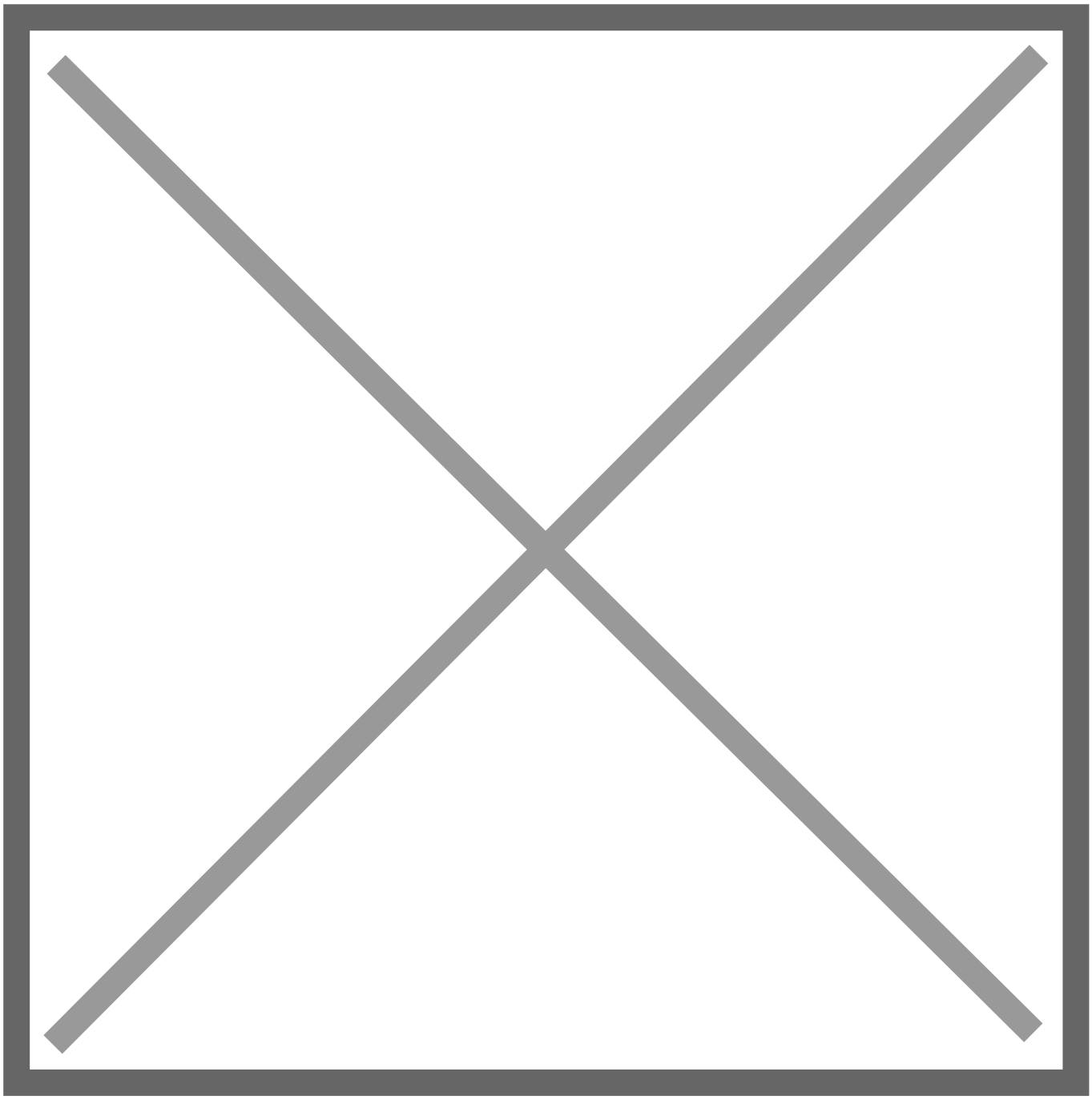
Cabecera Facebook (850 x 315)

Copyright 2026



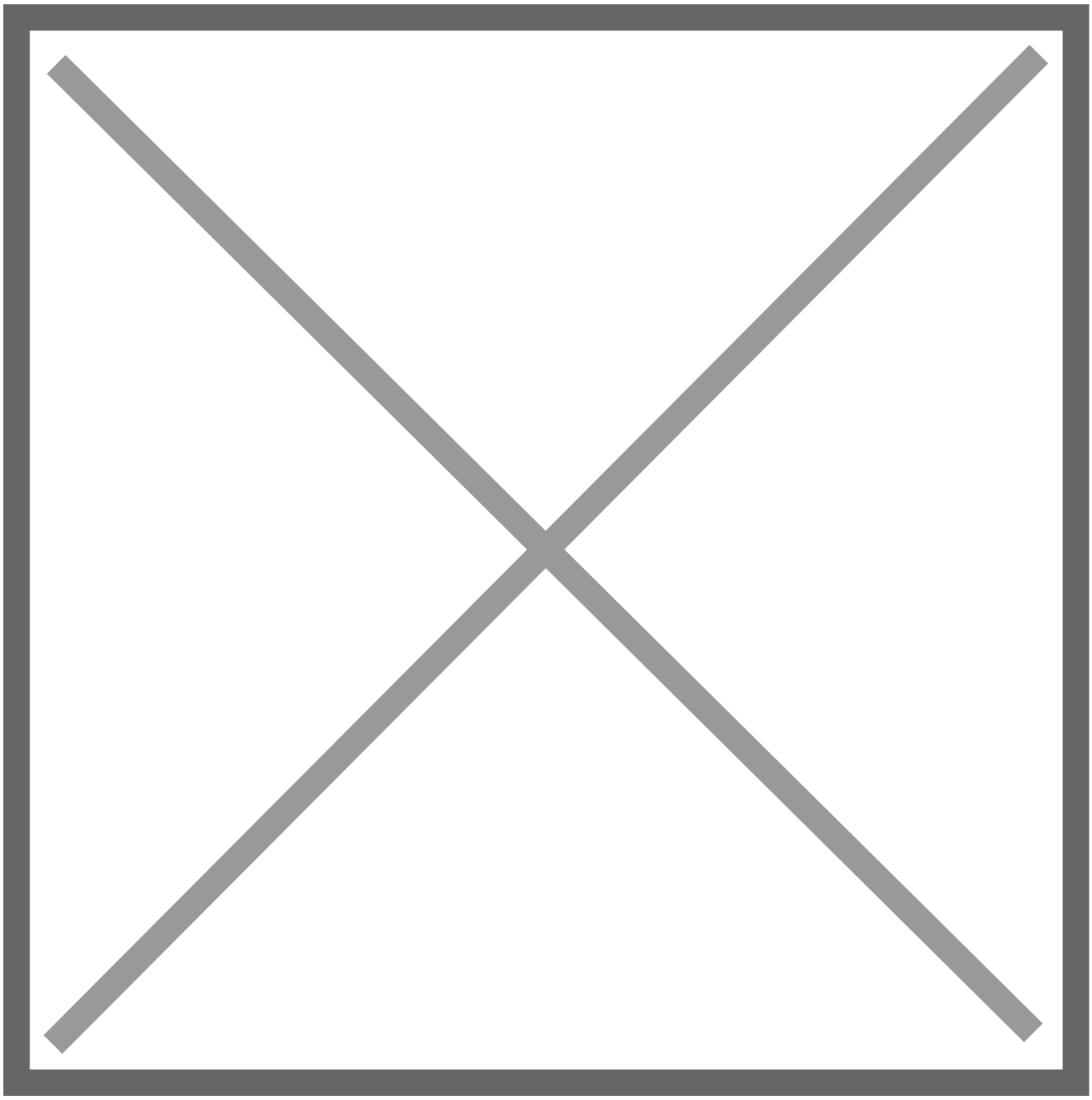
Cabecera Twitter (1024 x 280)

Copyright 2026



Cabecera para canal de Youtube (Tamaño real 2500 x 1406)

Copyright 2026

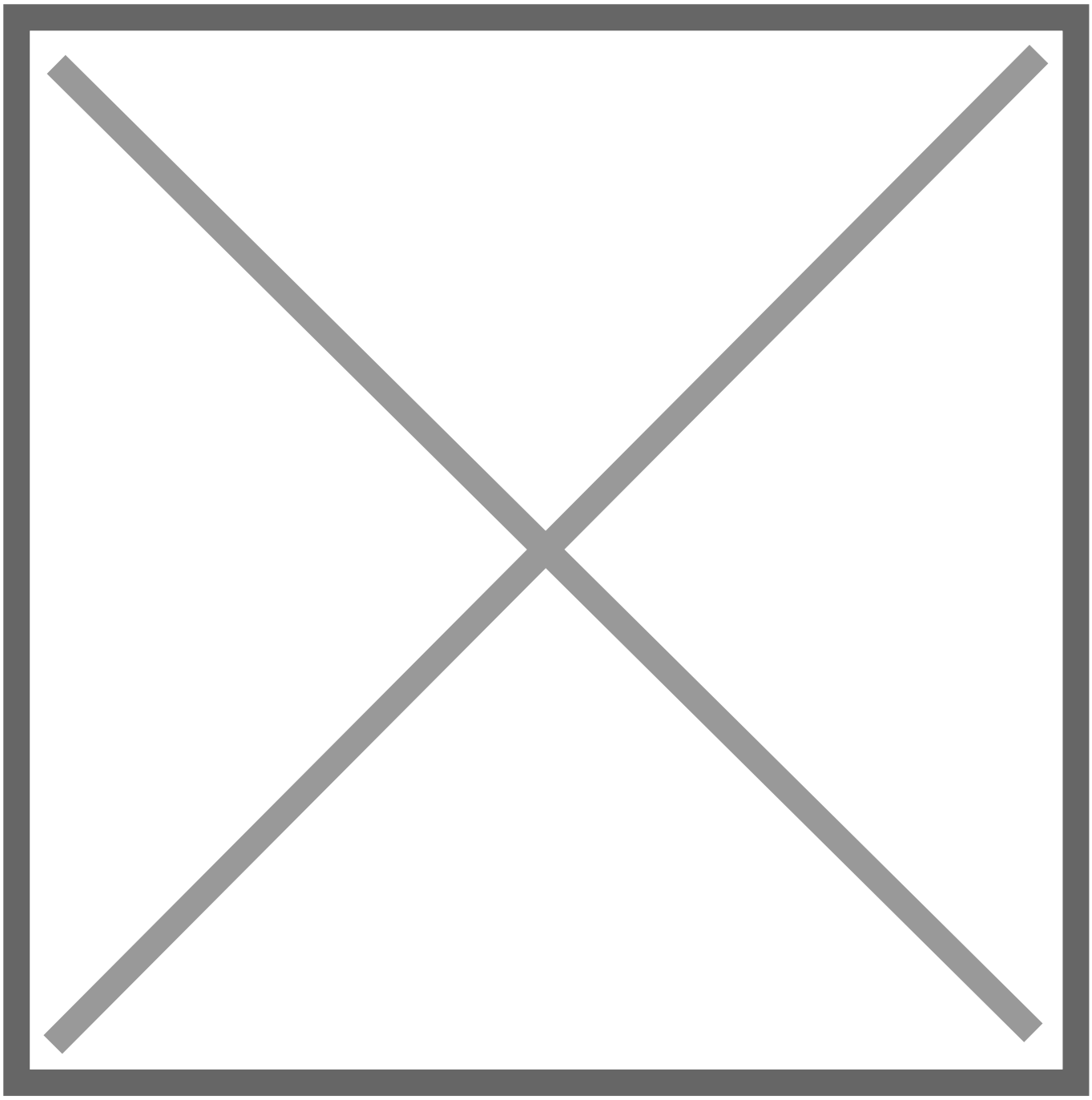


Cabecera Pinterest (800 x 450)

Acceso a la carpeta de cabeceras para que puedas hacerte una copia de las plantillas.

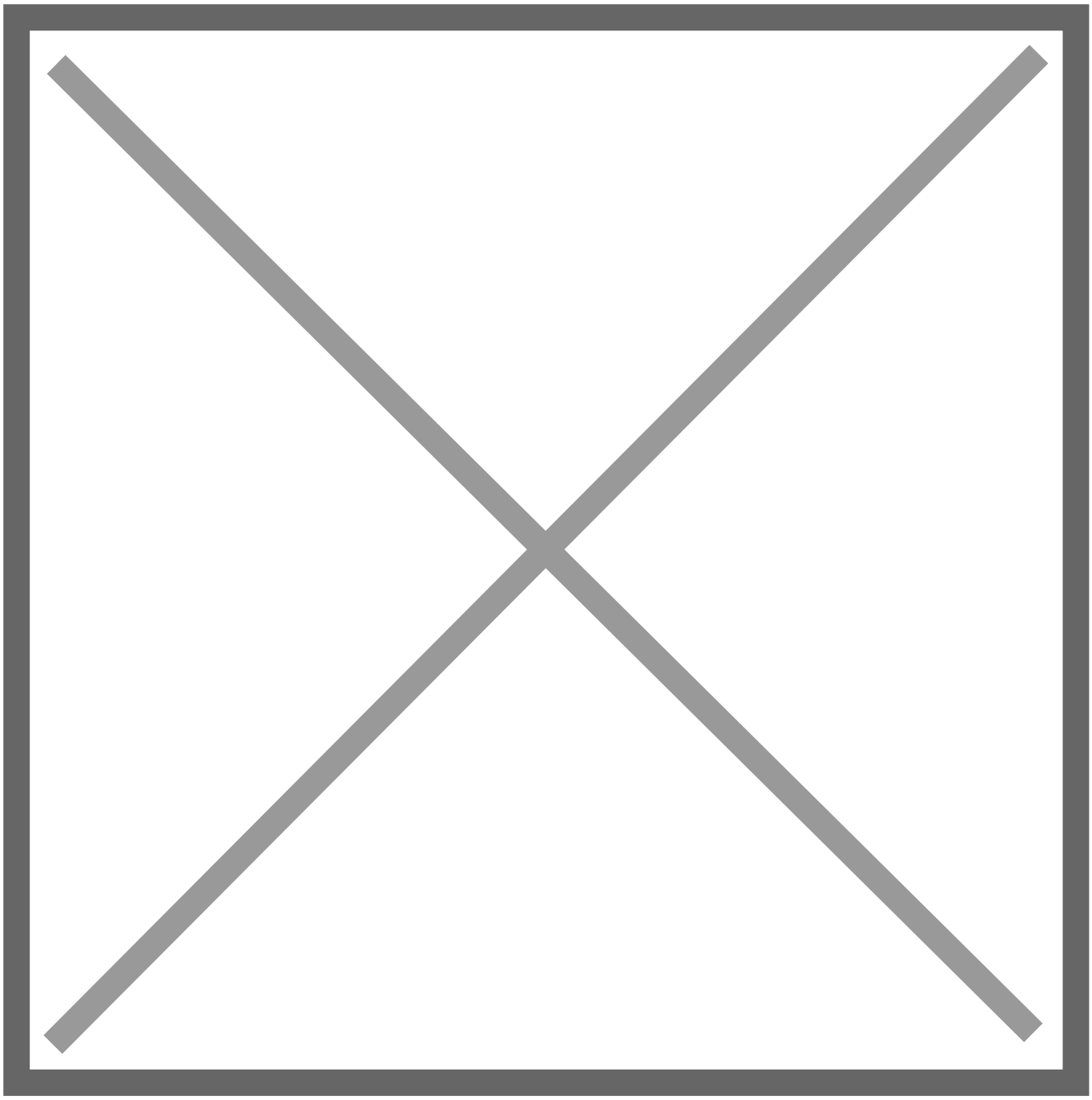
Un ejemplo de publicaciones

Lo mismo hago con las publicaciones:



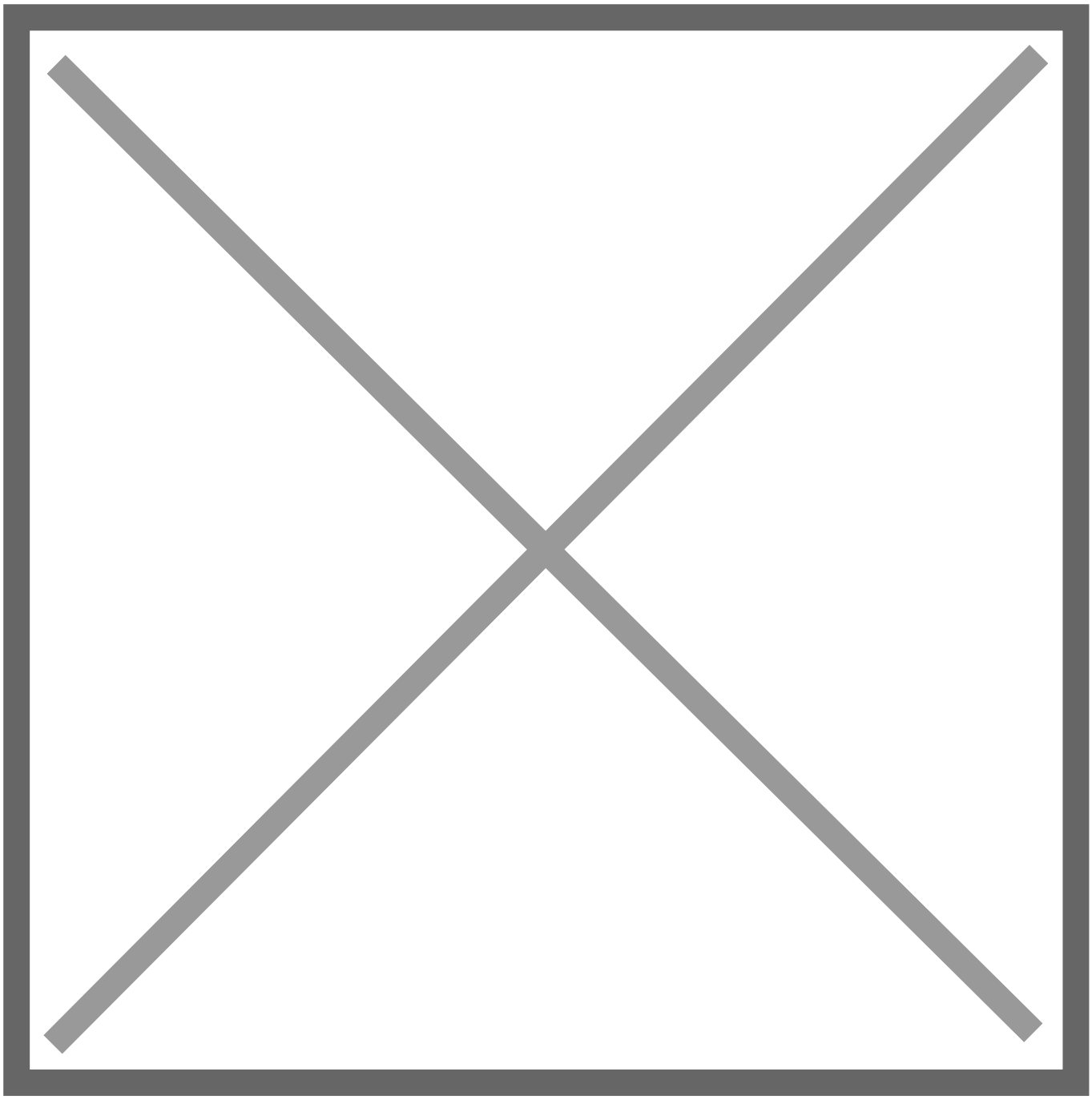
Twitter: imagen para un tweet (1200 x 600)

Copyright 2026



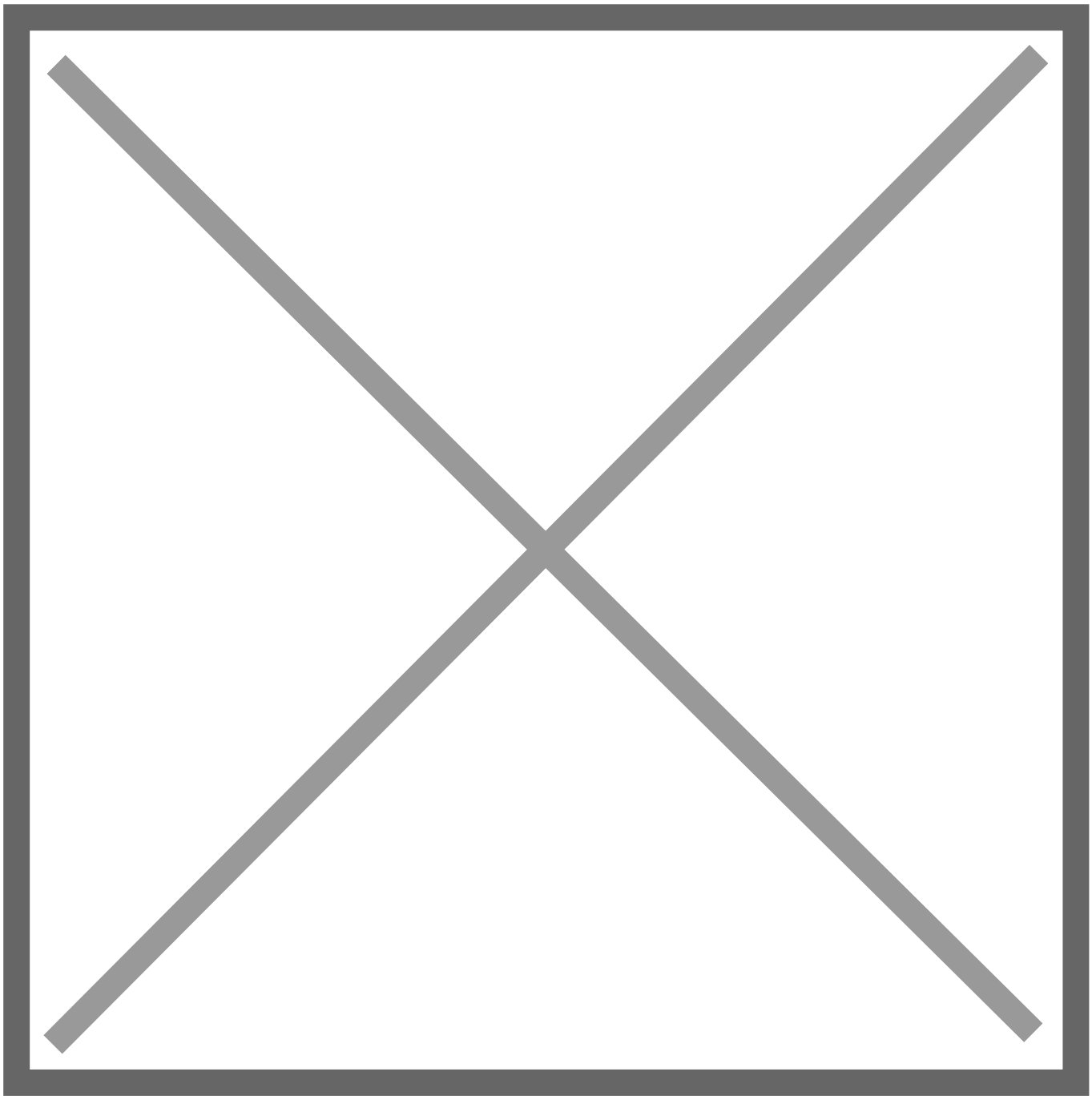
Facebook: post horizontal (1200 x 630)

Copyright 2026



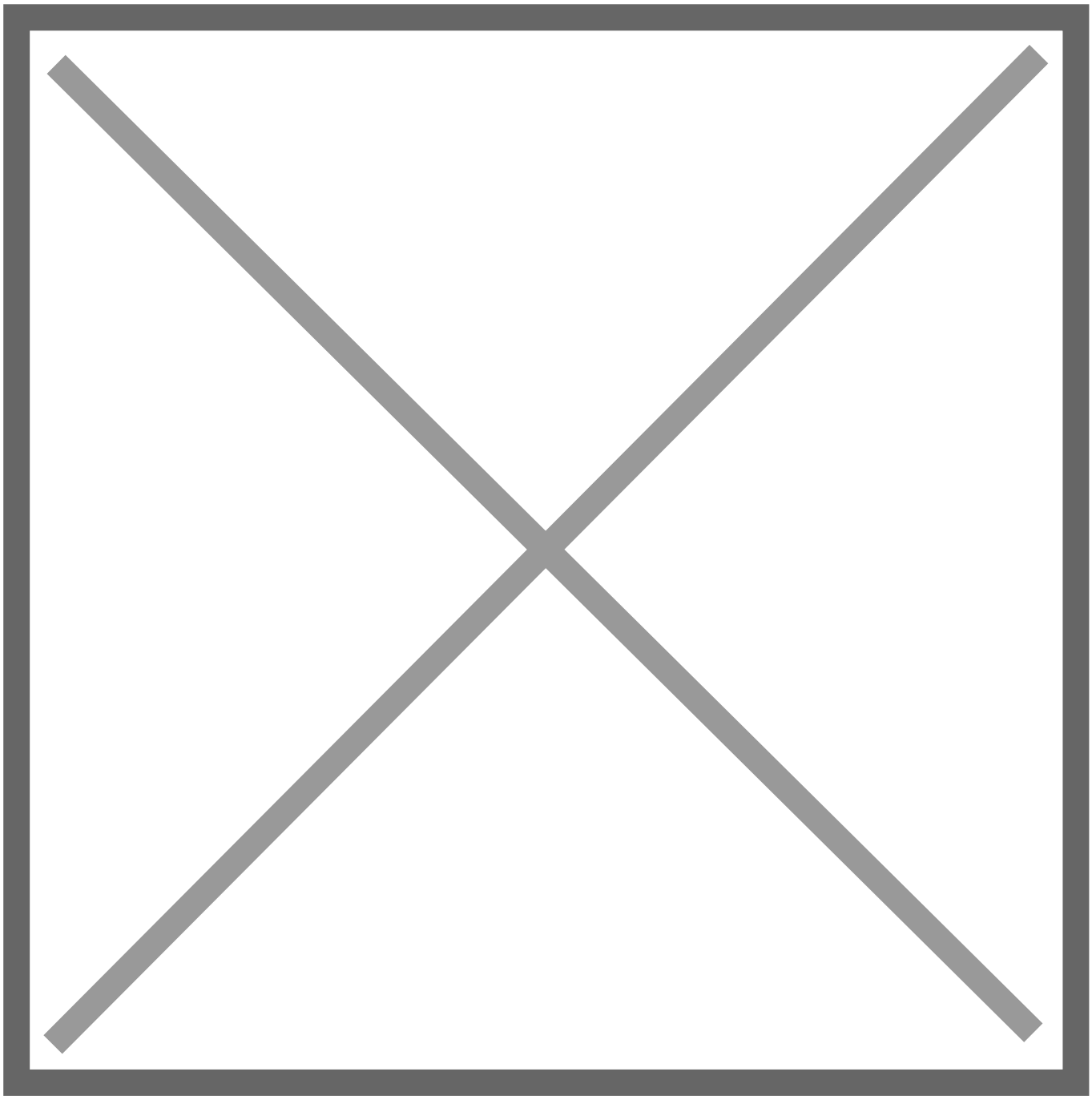
Instagram o Facebook cuadrado (1080 x 1080)

Copyright 2026



Story de Instagram o Facebook (1080 x 1920)

Copyright 2026



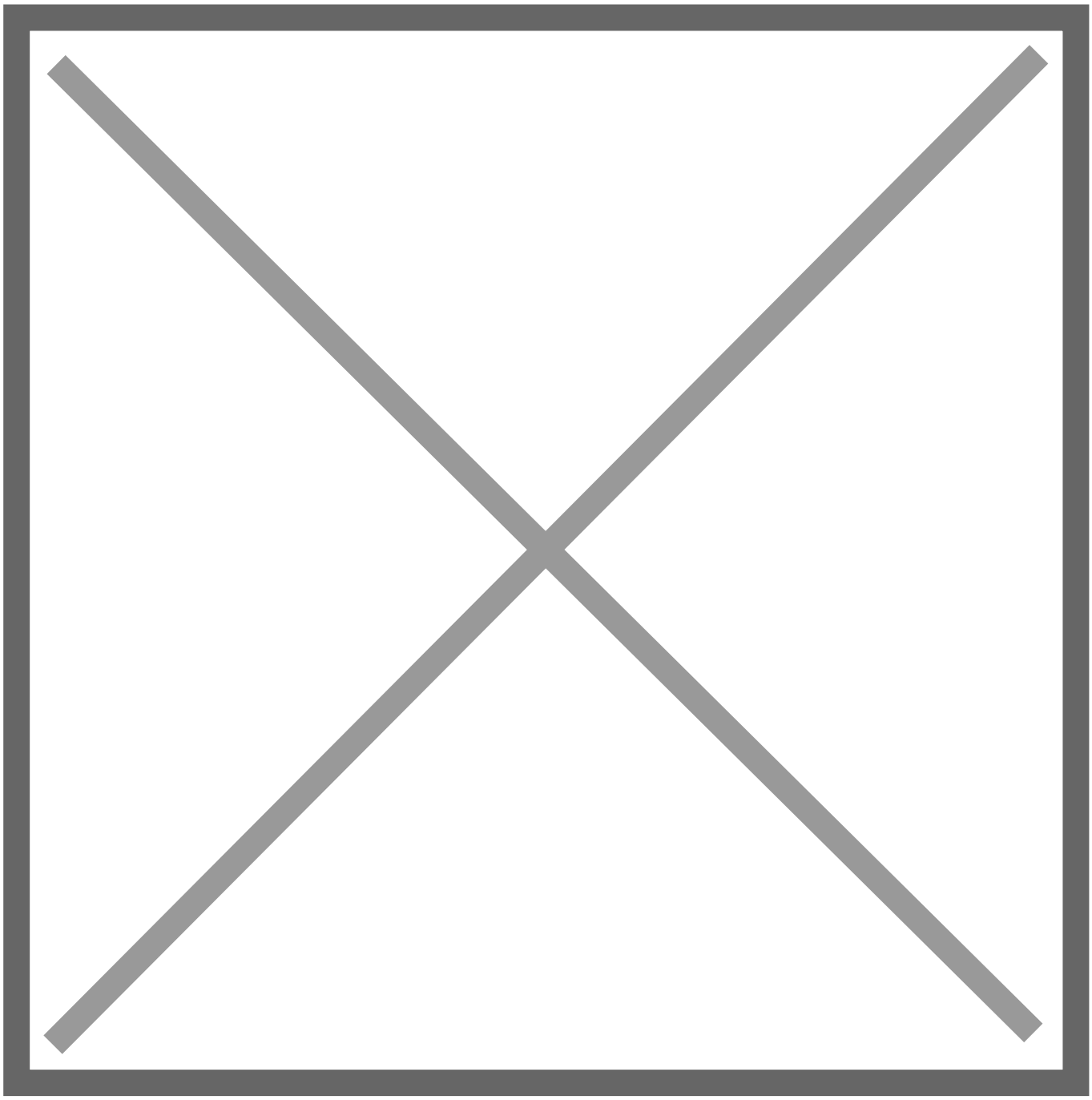
Instagram vertical (1080 x 1350)

En esta carpeta puedes encontrar estas y otras plantillas para publicar en redes.

Copyright 2026

Una imagen para cada red

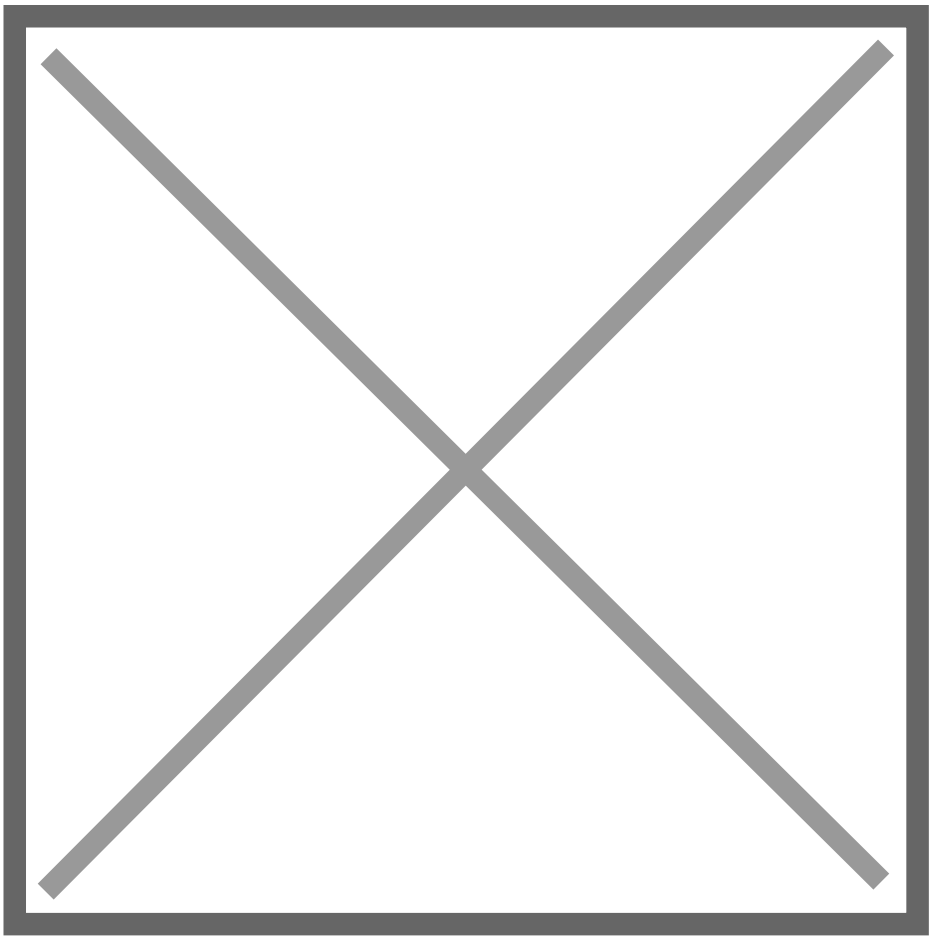
La estética de un cartel



Copyright 2026

Infografía creada por Antonio Cáceres para el curso Community Manager Educativo

En la siguiente imagen hemos incluido dos de los errores más habituales que suelen cometerse en cartelería y que es muy sencillo evitar: el efecto parche y la deformidad de los logotipos.



El logo de *football club* está claramente deformado, la forma de evitar estas deformidades a la hora de redimensionar una imagen es bien sencilla: basta con pulsar la tecla de mayúsculas para acompañar el movimiento del ratón, de esta forma se mantendrá la proporcionalidad de las dimensiones.

El efecto parche es antiestético, si no disponemos de logotipos con fondo transparente (formatos .PNG, .GIF...), lo mejor es añadir a la imagen unas bandas del mismo color del fondo de los logotipos y evitaremos ese efecto. Si prestas atención a los logotipos de la imagen superior, verás que hemos eliminado el indeseado efecto parche de los logotipos recortados "a sangre", añadiendo bandas blancas para que el fondo blanco de los logotipos pase desapercibido.

Copyright 2026

Una imagen para cada red

6 pistas para un cartel

El cartel es una herramienta de comunicación y, como tal, debe transmitir un mensaje de forma clara y sin ruidos que perturben la percepción del contenido.

He aquí 7 recomendaciones.

https://view.genial.ly/63e0c9cc524a7d0019ad5027

Copyright 2026

Una imagen para cada red

Sigue las normas de imagen corporativa

Ejemplo de respeto a la imagen corporativa del Gobierno de Aragón

Copyright 2026

Copyright 2026

https://view.genially.com/63e0d4c47a50e7001184bbc8

Copyright 2026

Copyright 2026

SEO

Copyright 2026

SEO

SEO en educación

Mejorar la visibilidad o posición de nuestros sitios web en los buscadores es una preocupación de algunos centros, he aquí algunos consejos para mejorar la SEO (Search Engine Optimization - Optimización para motores de búsqueda)

https://view.genially.com/6034b88e28654e0d516c1966

Dado que Instagram tiene un comportamiento distinto, veamos algunas recomendaciones:

Copyright 2026

https://view.genially.com/62303c8bc02c54001881da53

Copyright 2026

Seguimiento y planificación

Copyright 2026

Seguimiento y planificación

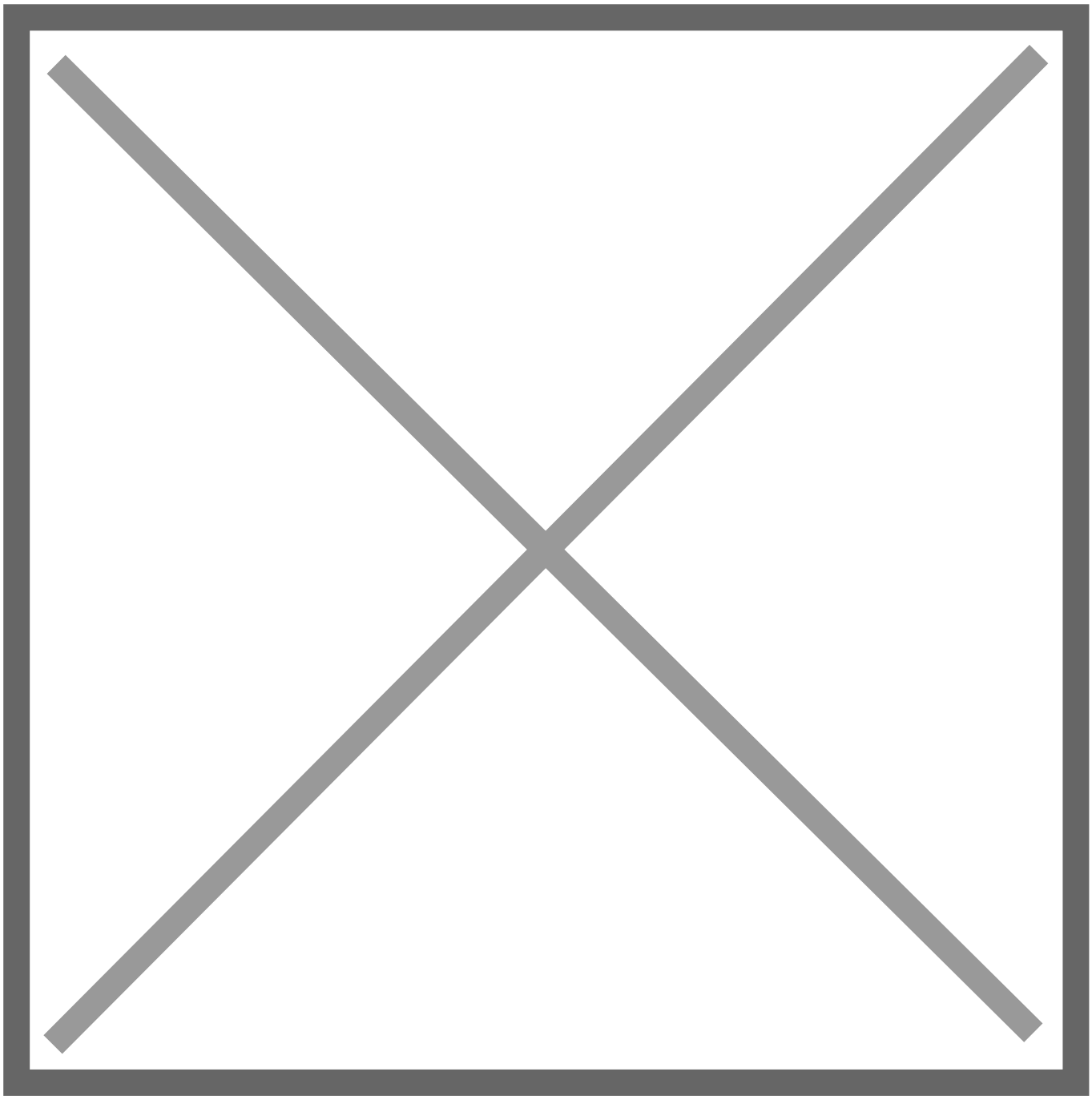
Publicar es importante, llegar a las personas destinatarias es nuestra meta y comprobar nuestra repercusión nos ayudará a mejorar. A la hora de monitorizar una red social, podemos plantearnos analizar:

La actividad de un perfil: intensidad y frecuencia de su actividad en esa red (por ejemplo, número de mensajes publicados), así como su tipo de uso (publicación de contenido propio, reenviar/compartir el de otros usuarios, diálogo o comentario sobre contenidos ajenos...).
Su impacto o influencia: visibilidad del perfil en la red para otros usuarios (número de seguidores, fans...), la actividad externa sobre ese perfil. Recuerda que el alcance es más importante que los seguidores y se consigue a través de interacciones de terceros que comparten nuestros contenidos y los multiplican.

En general, los instrumentos de monitorización de cada red pueden ser suficientes para los propósitos de un centro educativo, **si utilizamos las cuentas profesionales el seguimiento es más completo**.

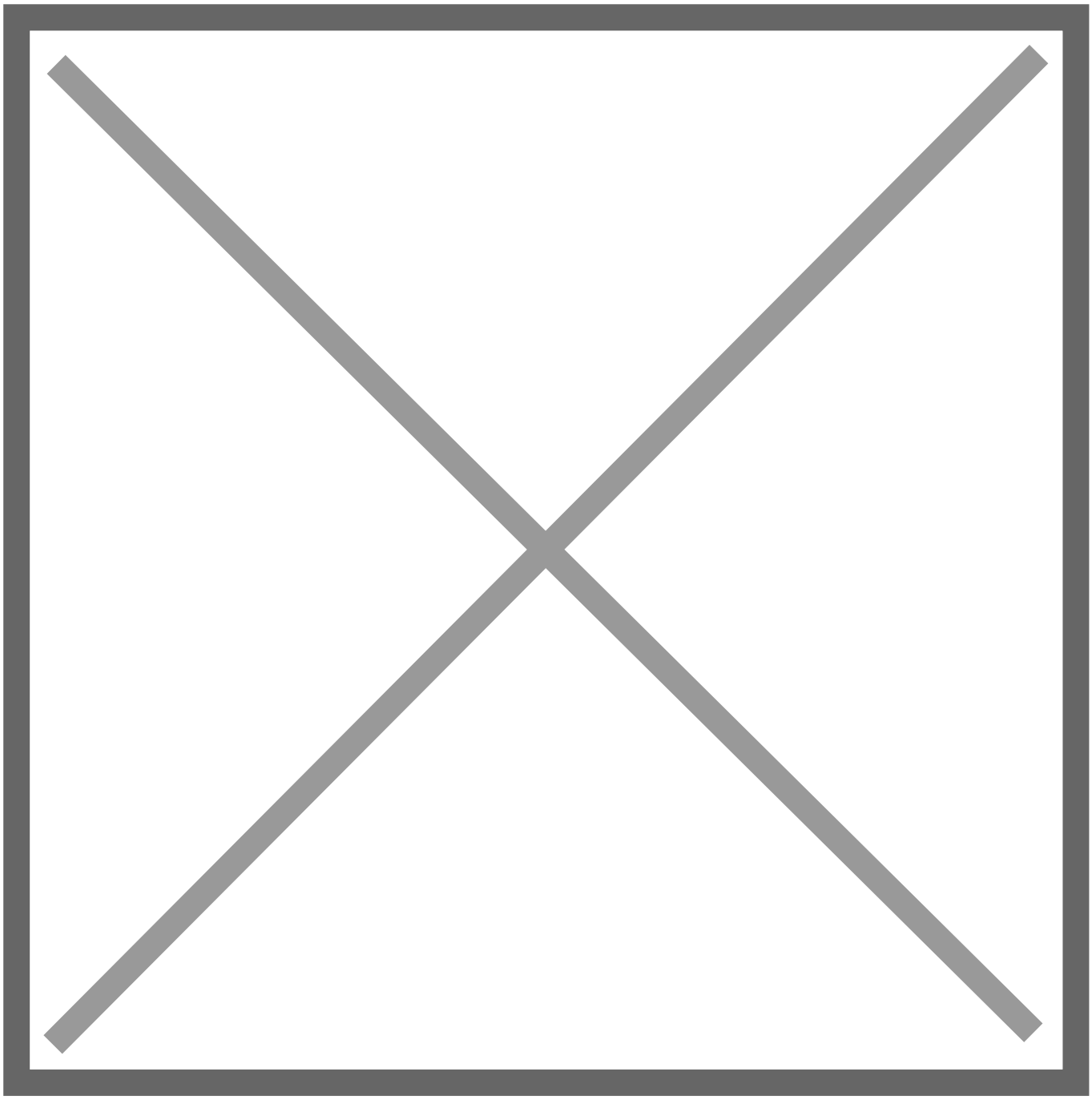
En Twitter:

Copyright 2026



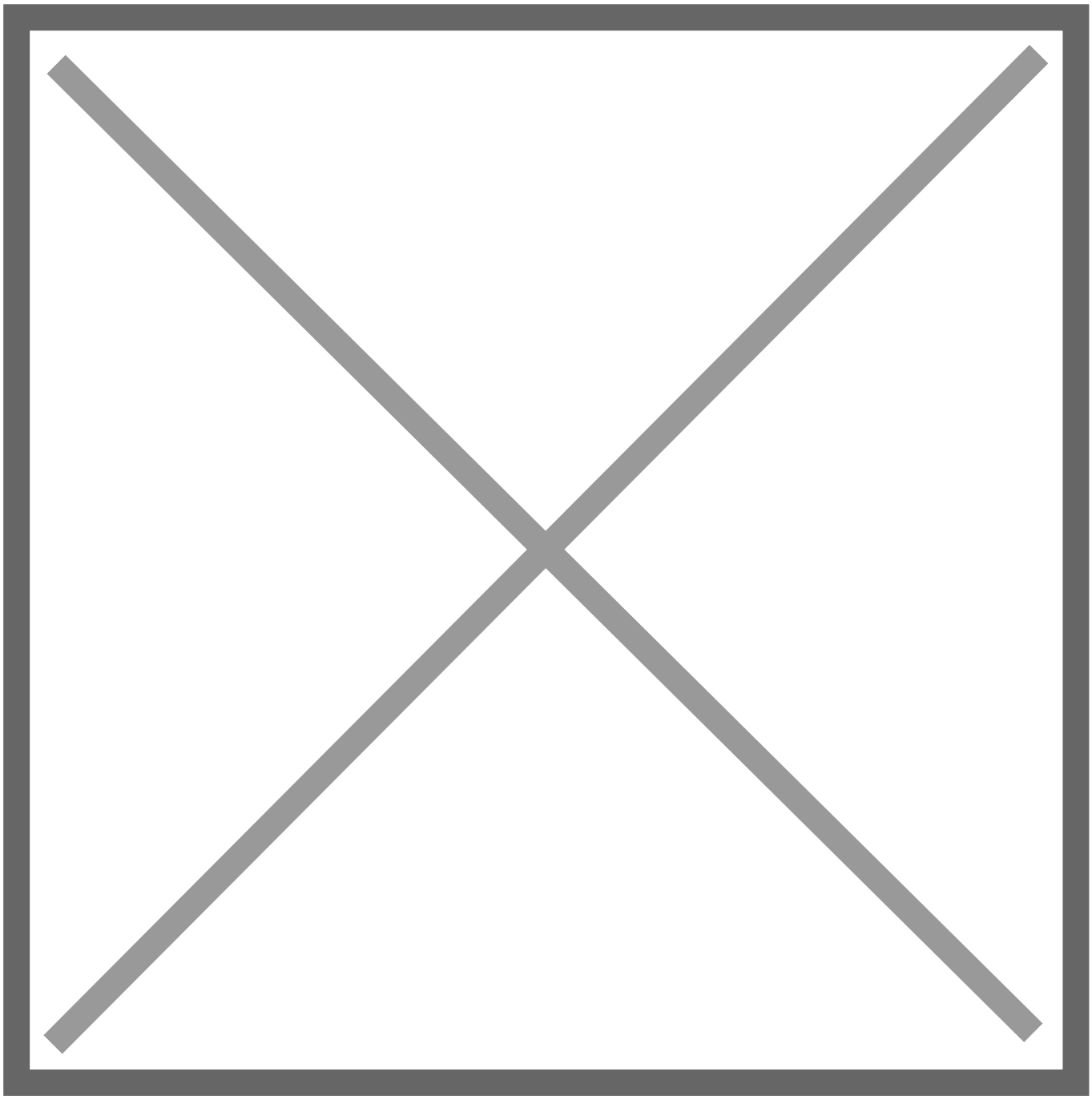
En Facebook/Meta

Copyright 2026



En Instagram

Copyright 2026

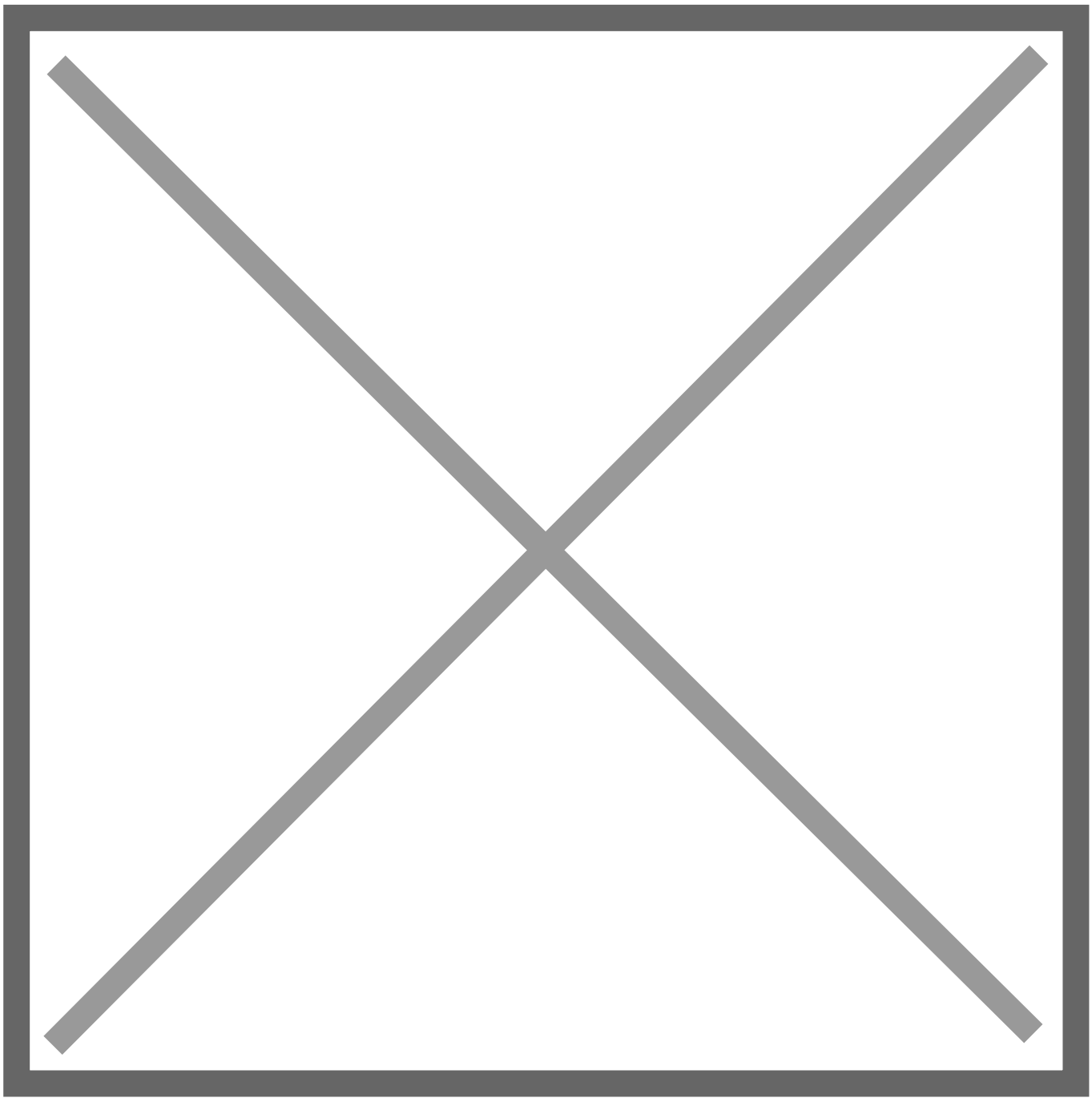


Planificación de publicaciones

En Twitter

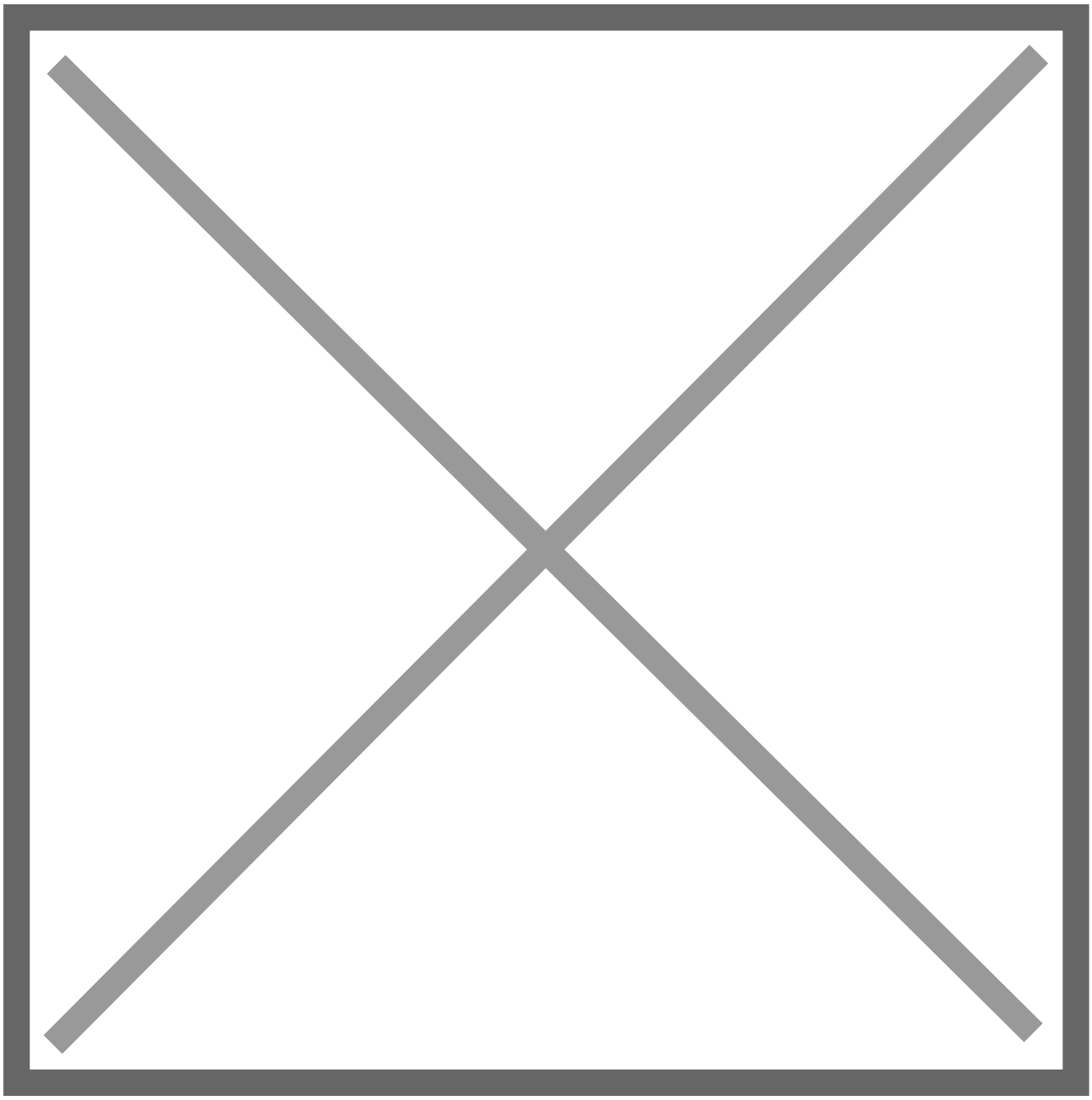
Copyright 2026

Para programar una publicación en Twitter basta con utilizar la opción correspondiente al crear un Tweet



En Facebook e Instagram

Podemos programar publicaciones simultáneamente para las dos redes desde Meta Business Suite, siempre que se trate de páginas de Facebook y cuentas empresariales de Instagram.



Copyright 2026