

# Mejora el PDC. Plan de Comunicación

- [1. Introducción](#)
- [2. ¿Qué es un Plan de Comunicación? ¿Es necesario?](#)
- [3. Estructura de un Plan de comunicación](#)
- [4. Estructura comunicativa del centro](#)
- [5. Plan de comunicación interna](#)
- [6. Plan de comunicación externa](#)
- [7. Tratamiento de las Redes Sociales](#)
- [8. Evaluación del Plan de comunicación](#)
- [9. Límites legales](#)
- [10. Recursos de ayuda](#)

# 1. 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.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 2. ¿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.



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



nombre del centro



### ¿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.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 3. 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

1. ESTRUCTURA COMUNICATIVA DEL CENTRO
2. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA
3. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA
4. TRATAMIENTO DE LAS REDES SOCIALES

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU





## 4. 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.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU





## 5. 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.

### 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:**

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

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 6. 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:

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

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 7. 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. En Aularagón están disponibles en abierto materiales al respecto en el curso [Community Manager Educativo](#), material que recomendamos consultar.

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

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 8. 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.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



## 9. Límites legales

Antes de elaborar un Plan de comunicación a través de redes sociales en una organización educativa, es muy importante tener especial cuidado con la **protección** del alumnado, en su mayoría menores de edad, sobre todo con la protección de su imagen y de sus datos personales.

**Datos personales** son su nombre, su número del expediente académico, su dirección, su DNI o su fotografía. En el caso de alumnado, también lo son sus resultados académicos. Para garantizar su protección quien quiera utilizarlos debe pedir permiso. En el caso de menores es aún más importante. El debate entre derecho a la comunicación y derecho a la intimidad no debe perderse de vista. Estamos viendo que comunicar y establecer un plan de comunicación de centro es positivo para la comunidad educativa, solo que hay que hacerlo comprendiendo los límites y respetando la privacidad de las personas.

También hay que tener presentes los límites de la **propiedad intelectual**, pues el responsable de comunicación y redes del centro hace uso continuado de numerosos contenidos de terceras personas. En todo momento, hay que comprobar con qué derechos está protegido ese contenido, pues por defecto todo lo producido adquiere derechos de autoría. Los contenidos licenciados bajo licencia *Creative Commons* (CC) permiten ser compartidas de forma abierta y gratuita, aunque tienen varias condiciones a cumplir. Más información sobre las licencias CC y su uso [en su web](#).

**Legislación** a conocer por el responsable de comunicación y redes del centro :

- **Leyes de Educación** estatales ([LOMLOE](#)) y de ámbito regional ([Currículo de Aragón](#)).
- **Ley Orgánica de protección de datos** ([LOPD](#)). Protege el dato personal; es decir, afecta sólo al tratamiento de datos de personas físicas y regula los derechos y obligaciones en cuanto a esta información, incluida la contenida en una comunicación electrónica.
- **Ley de la Sociedad de la información y el comercio electrónico** ([LSSI](#)) No distingue entre persona física y persona jurídica; regula todas las comunicaciones que se realicen de forma electrónica, ya sea con personas o con empresas.
- **Nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos** ([GDPR](#)) Esta nueva normativa será de aplicación a todos los estados miembros de la UE y surge con el objetivo de armonizar todas las regulaciones en materia de protección de datos de los estados miembros. Ha entrado en vigor el 25 de mayo de 2016 y será de obligado cumplimiento en un par de años.





- **Ley de la propiedad intelectual.** ([LPI](#)) La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación.

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU



# 10. Recursos de ayuda

## Herramientas de monitorización y medición

- [Guía de uso de Twitter Analytics.](#)
- YouTube analytics: [Ayuda de Google.](#)
- Twitonomy: [Manual de uso.](#)
- Hootsuite. [Tutorial Hootsuite.](#)
- Buffer. [Qué es Buffer, para qué sirve y cómo funciona.](#)
- Metricool. [Analítica para tu blog y tu social media.](#)

## Protección de datos

- [Fotografías de niños en colegios.](#)
- [Derecho fundamental a la protección de datos.](#)
- [¿Cómo cumplir con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales \(LOPD\)?](#)
- [Guía para centros sobre la protección de datos en menores.](#)

Financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU

