1.1.5. Manual de uso y estilo para las publicaciones en la web y redes sociales del centro.

¿Qué es un manual de uso y estilo?

El manual de uso y estilo es un **documento que debe definir** claramente **la forma de uso de las redes sociales y la página web** del centro educativo. Este documento debe dar respuesta a todas las preguntas que cualquier persona encargada de gestionar alguno de estos canales, pueda hacerse. Además, debe contener la **unificación de criterios de redacción y presentación** que permitan dar **coherencia y buena presencia** a dichas publicaciones.

> Sería conveniente contar con un **community manager**, que es como conocemos habitualmente al **responsable** de las redes sociales de una organización. Es el responsable de **contenidos** y también de **construir, gestionar** y **administrar** la comunidad on-line: la **página web** y las **redes sociales**. Debe mantenerse en el **anonimato** pues nunca deberá exponer opiniones propias, sino que hablará en nombre del centro y para transmitir sólo información oficial.

https://www.youtube.com/embed/WNub4mVn6v0

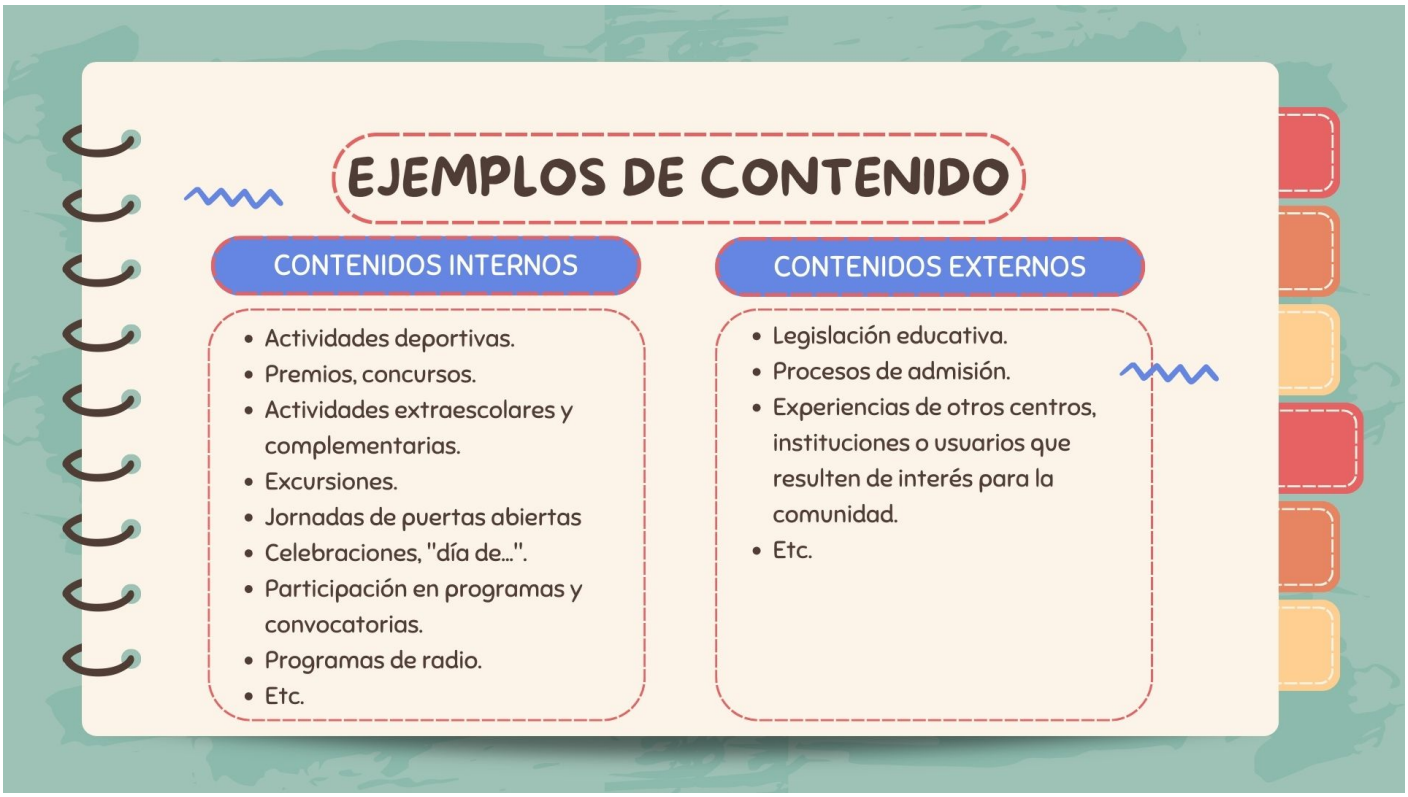
> No existe un único manual de uso y será el propio **centro educativo** el que defina los aspectos a tener en cuenta y redacte sus **propias indicaciones**.

Estructura del manual de uso y estilo

Copyright 2026

En líneas generales, el manual de uso y estilo del centro puede incluir **pautas** y **criterios** en torno a los siguientes aspectos:

- **Contenidos.**
  - Se debe definir **qué contenidos se consideran publicables**, siempre construidos respetando los objetivos del centro y las estrategias de comunicación del mismo. En el día a día se producen muchos hechos de interés para la comunidad educativa: prácticamente todo es susceptible de convertirse en noticia. Además de los contenidos internos propios del centro, también pueden utilizarse contenidos de otras fuentes de interés que sean previamente bien contrastadas, y cuya autoría y origen sean correctamente mencionados (algo a lo que se hace mención más adelante).
  - Es necesario tener muy clara la **línea de comunicación interna y transmisión de la información** para que todo aquello que sea de interés llegue adecuadamente y con la **antelación** suficiente para que el responsable de redes pueda revisarlo y publicarlo.



- **Grupos.** Se pueden indicar los grupos en los que podría ser clasificado el contenido en cuestión. Por ejemplo: información para familias, información para el profesorado, información para el alumnado, información de interés general, etc.
- **Criterios lingüísticos y de estilo.** Se indicarán las pautas básicas a tener en cuenta de forma generalizada para todas las publicaciones, o específicas para cada grupo. Por

ejemplo: utilización de un lenguaje informal y fácilmente comprensible; que sea siempre no sexista evitando cualquier tipo de discriminación; que sea simple y directo, utilizando preferiblemente la segunda persona del singular (tú); que incluya títulos explicativos que con pocas palabras den una idea clara del contenido; que incluya palabras resaltadas, listas, etc. para faciliar la lectura del mismo; facilitar enlaces para ampliar información; evitar el uso continuado de mayúsculas, así como los anglicismos; usar moderamente emoticonos y siempre que no dificulten la comprensión del texto; citar correctamente, entrecomillando, frases literales o de otras personas; etc.

- **Derechos de autor, licencias, protección de datos**. Las imágenes, presentaciones, vídeos, etc. tienen derechos de autor y por ello ha de cumplirse la ley respecto de la propiedad intelectual de los mismos. Debe citarse siempre la **fuente** de dónde procede la información. Se recomienda el uso de contenidos con licencias copyleft. El contenido generado por el propio centro puede crearse bajo diferentes licencias. La más conocida es **Creative Commons,** que permiten la copia, distribución y comunicación de la obra, siempre que se cite la autoría adecuadamente.

Página web

> En la actualidad, es **imprescindible** contar con una **página web institucional.** Es la fuente más importante de **comunicación** y debe aglutinar los **contenidos** que van a ser publicados en el resto de medios de comunicación del centro (principalmente, redes sociales).

La mayoría de los centros, de hecho, tiene página web aunque no siempre reúne los requisitos imprescindibles para su correcto funcionamiento.

Ha de tenerse presente que **la web es un proyecto de centro** y hay que tener bien claros los siguientes aspectos:

- **Objetivos**
  - Deben estar siempre **presentes** y la web debe ser **coherente** con los mismos.
  - Además de ser una herramienta funcional para la comunidad educativa del centro, también es la **tarjeta de presentación** del centro a usuarios que no pertenecen al mismo.
- **Nombre**
  - Debería ser el **mismo** que el del centro pues además de identificarlo es la forma natural de **búsqueda** del mismo en la red.
  - Si el nombre del centro es muy largo, puede **acortarse** para el nombre de la página web, pero **sin usar siglas o acrónimos** que los usuarios de la red puedan no conocer.

- Si existe otro centro con el mismo nombre, es recomendable utilizar un **localizador geográfico** en el mismo (por ejemplo, añadiendo al final el nombre de la localidad en la que se ubica el centro).

- **Logotipo**
  - Debe ser utilizado con una buena **resolución** y **tamaño** proporcional, además de ser colocado en un lugar destacado.
- **Mapa web**
  - La **información** debe estar perfectamente **estructurada** en torno al menor número de pestañas o apartados, a poder ser, de modo que la **navegación** por la página sea **sencilla** y se llegue hasta la información buscada fácil y rápidamente. Una buena fórmula es evitar que el internauta necesite más de dos clics para llegar al contenido buscado.
  - Es recomendable que, como mínimo se contemplen los siguientes **apartados** en la página web:
    - **Información** y **contacto:** dirección, teléfono, correo electrónico, horario, equipo directivo, claustro, etc.
    - **Noticias** y **novedades** de última hora: convenientemente en la portada.
    - **Oferta educativa.**
    - **Historia** del centro.
    - **Proyecto educativo.**
    - **Servicios** (comedor, extraescolares, plataformas educativas, instalaciones, etc.).
    - **Proyectos** y **programas** en los que participa el centro.
    - **Sellos** (idiomas, calidad, programas institucionales, etc.).
    - **Enlaces** a las páginas de la **administración** educativa, **asociaciones** vinculadas (por ejemplo, AMPA), blogs, sites o webs de los **departamentos, materias,** etc.
    - **Enlaces** a las **redes sociales** del centro. Resulta útil embeber los contenidos alojados en las redes sociales dentro de la propia web (se facilitan e incrementan las visitas a la web, además de estar mejor posicionados).
    - **Aviso legal:** siempre **visible** y fácilmente **accesible.**
- **Herramienta de edición**
  - Debe apostarse por una que permita una **fácil actualización** de modo que los encargados de dichas funciones puedan centrarse en los contenidos, con la seguridad de que la parte técnica cuenta con un buen soporte y el alojamiento es seguro.
- **Actualizaciones**
  - Es necesario fijar un **calendario de publicaciones** desde el principio. Siempre hay contenidos susceptibles de ser publicados en un centro, si no se producen dichas publicaciones suele ser por un falta de capacidad u organización para hacerlo.
  - Es importante la **regularidad y constancia en las publicaciones**. Lo ideal es una publicación semanal como mínimo.

Copyright 2026

> Una web no actualizada no sólo deja de ser útil, sino que empeora notablemente la imagen de la institución.

Blog

> El blog es una **alternativa a la página web**. Requiere muy pocos conocimientos técnicos y es **sencillo** su actualización.

Los blogs permiten a los seguidores **sindicarse** a los contenidos del mismo (RSS) de modo que son informados de las **actualizaciones.**

Wordpress y **Blogspot** son dos de las herramientas más utilizadas. Wordpress cuenta con una versión que puede ser instalada directamente en el servidor y poder utilizar, así, un dominio propio y una aplicación que permite realizar la actualización de los contenidos desde el móvil o la tablet.

Redes sociales

> Las redes sociales permiten alojar en otro servidor **gratuitamente fotografías** y **vídeos** (que suele ser el contenido más pesado) y mostrarlo en la web insertando el código; conocer la **repercusión** de los contenidos publicados; mejorar el **posicionamiento** y dirigir parte del **tráfico** a la web. Además, las aplicaciones móviles para smartphones permiten la **actualización** de los contenidos de forma muy **simple** y con carácter prácticamente **inmediato.**

El mundo de las redes sociales es muy amplio y diverso. No todas son recomendables para todo tipo de contextos y no es necesario tener presencia en todas las redes sociales.

En el **ámbito educativo,** las más utilizadas en la actualidad son **Instagram** y **Twitter.** Esta última permite publicar mensajes de hasta 140 caracteres y se ha impuesto como una de las más utilizadas en la actualidad. Para la subida de **vídeos** de mayor duración, suele utilizarse **Youtube.** Y para la **curación de contenidos** (filtrado y selección de contenidos), **Pinterest** se ha impuesto como una de las versátiles y visitadas.

En cuanto a las redes sociales, tampoco existe un único manual de uso y estilo, pero se pueden tener en cuenta las siguientes cuestiones:

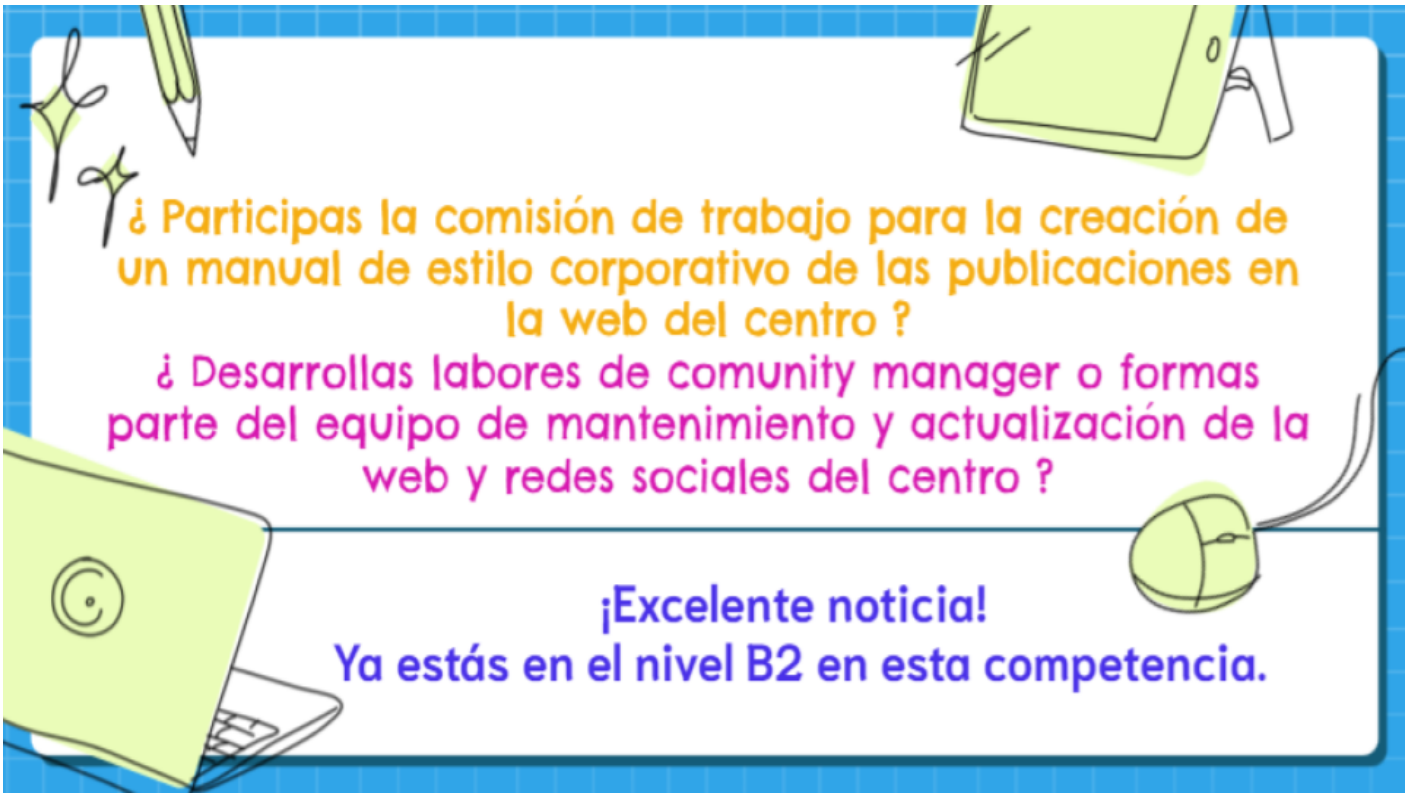
- **Nombre:** Lo ideal es utilizar el **mismo** nombre que para la página **web,** pero si estuviera utilizado habrá que elegir uno alternativo. Debe ser fácilmente reconocible e identificarse

Copyright 2026

bien con el centro. No es recomendable utilizar números salvo que formen parte del nombre del centro. Y, a poder ser, breve.

- **Perfil público**: **Todo lo que se suba, debe ser público**. Si el contenido no es adecuado para visualizarse públicamente, lo mejor es no subirlo. Ha de revisarse la **configuración de privacidad** convenientemente, de ese modo, no será incompatible tener un perfil público con la privacidad. No deben incluirse datos sensibles de la organización y se debe controlar quién ve los contenidos mediante los **permisos y grupos de usuarios**.
- **Imagen de perfil**: Deben personalizarse las **cabeceras** y fondos de los **perfiles** sociales. Lo más recomendable es usar la misma imagen que en la cabecera de la página web o como mínimo, guardar coherencia con la misma. También resulta recomendable usar fotos de buena calidad de las instalaciones del centro y cambiar las imágenes de los perfiles en momentos significativos a lo largo del curso.
- **Adaptación de contenidos**: No es conveniente sincronizar las diferentes cuentas sociales para publicar de manera idéntica los contenidos en todas ellas, sino que hay que **adaptar el contenido a cada canal y a los usuarios** del mismo. Debe atenderse a la calidad de los mismos y cuidar la gramática y la ortografía en la **redacción.** Se desaconseja el uso de abreviaturas aunque sean ampliamente conocidas. El **contenido** ha de ser siempre **cierto** y **contrastado.** Hay que preocuparse por subir **archivos multimedia** con la mejor **calidad** posible.
- **Imágenes:** Las fotografías son muy bien aceptadas en la redes sociales, especialmente si incluyen a personas. Las fotografías de las actividades del centro con los protagonistas presentes en ellas tienen una alta aceptación, pero siempre se ha de **respetar la privacidad** de los demás y tener presente la **ley de protección de datos** (sobre todo en lo que respecta a fotografías de menores). Se debe solicitar el **consentimiento** previo a las **familias** para que alumnado pueda aparecer en las imágenes publicadas.
- **Cercanía:** El tono de las redes sociales debe resultar cercano, **correcto** pero **no excesivamente formal**. Una vez decidido el tono a usar, se debe ser coherente con el uso del mismo, independientemente de que sean varias personas las que suben contenido y actualizan una misma cuenta.
- **Actualización:** Debe planificarse un **calendario de publicaciones**, al igual que decíamos de la página web y ser **constante.** En algunas redes sociales, como Twitter, resulta recomendable la publicación diaria de contenido.
- **Participación:** Los medios sociales favorecen la exposición de **opiniones, sugerencias,** etc. Merece la pena **fomentar** dicha participación por parte de los usuarios siempre vigilando que se cumplen las normas de **respeto** y **veracidad** en las intervenciones.
- **Interconexión:** Merece la pena aprovechar cada presencia virtual para **recordar** las otras y **fomentar** el **seguimiento** de todas ellas por parte de los usuarios.

Copyright 2026



Revision #18
Created 2023-04-06 17:33:43 CEST by María Esther Arilla Luna
Updated 2023-10-10 18:21:01 CEST by María Esther Arilla Luna

Copyright 2026