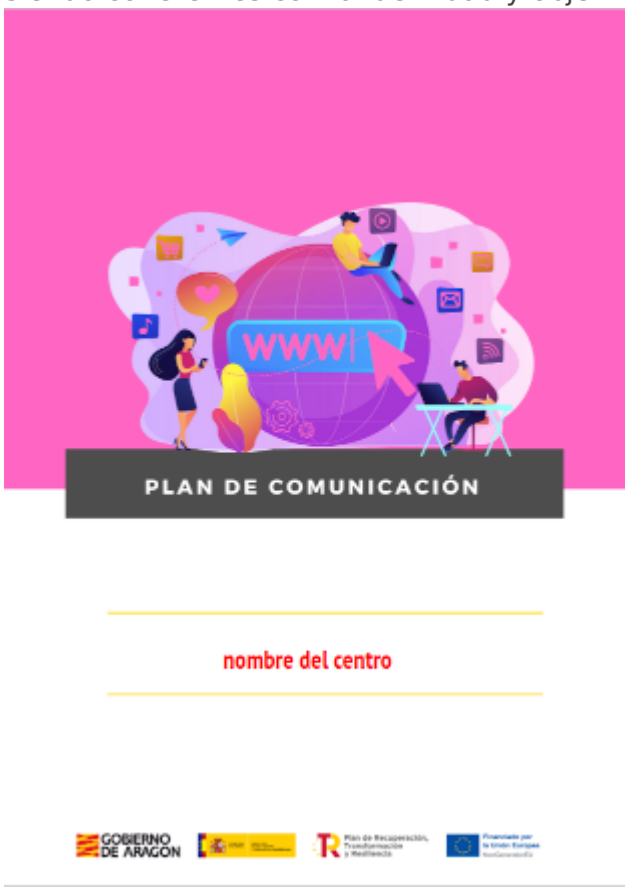
¿Qué es un plan de comunicación? ¿Es necesario?

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.

Revision #3
Created 2025-02-26 13:17:05 CET by Félix García Arnedo
Updated 2025-03-13 09:54:46 CET by Félix García Arnedo

Copyright 2026