



PLAN DE COMUNICACIÓN

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN
2. COMUNICACIÓN INTERNA
3. COMUNICACIÓN EXTERNA

1. INTRODUCCIÓN

En el entorno educativo actual, la comunicación efectiva es fundamental para el éxito y la cohesión de la comunidad educativa. El Plan de Comunicación del **IES Federico García Bernalt** (en adelante, IES FGB) se ha diseñado con el objetivo de optimizar y sistematizar los procesos comunicativos tanto internos como externos, asegurando que toda la información relevante fluya de manera eficiente y transparente entre todos los miembros de la comunidad educativa: alumnos, familias, personal docente y no docente, y el entorno social del centro.

Este plan se estructura en dos grandes áreas: **comunicación interna** y **comunicación externa**. La comunicación interna se centra en fortalecer los lazos y la colaboración entre los miembros del centro, facilitando el intercambio de información y recursos entre alumnos, profesores y personal administrativo. Por otro lado, la comunicación externa busca proyectar una imagen positiva y coherente del centro hacia el exterior, manteniendo informadas a las familias y al entorno social sobre las actividades, logros y proyectos del centro.

Responsables:

Dirección	Felipe Cuesta Varela
Jefatura de Estudios	Luis González Gallego Carlos Hernández-Comendador Corral
Secretaría	Ana Belén Rivas López
Jefatura de Actividades extraescolares	Francisco José Udaondo Puerto
Coordinación de convivencia	Alicia del Arco Martínez
Coordinación TIC	Fernando Prieto Martín
Responsable página web	David Berrocal Pedraz
Responsable redes	Teodora Egido de la Iglesia

2. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es clave para alcanzar los objetivos educativos de nuestro centro. Una buena gestión de este tipo de comunicación es una herramienta ideal para potenciar al máximo todas las capacidades de los miembros de la comunidad educativa.

La comunicación interna se realiza entre los miembros de la plantilla del centro:

- Equipo directivo
- Órganos de gobierno
- Personal docente
- Personal no docente

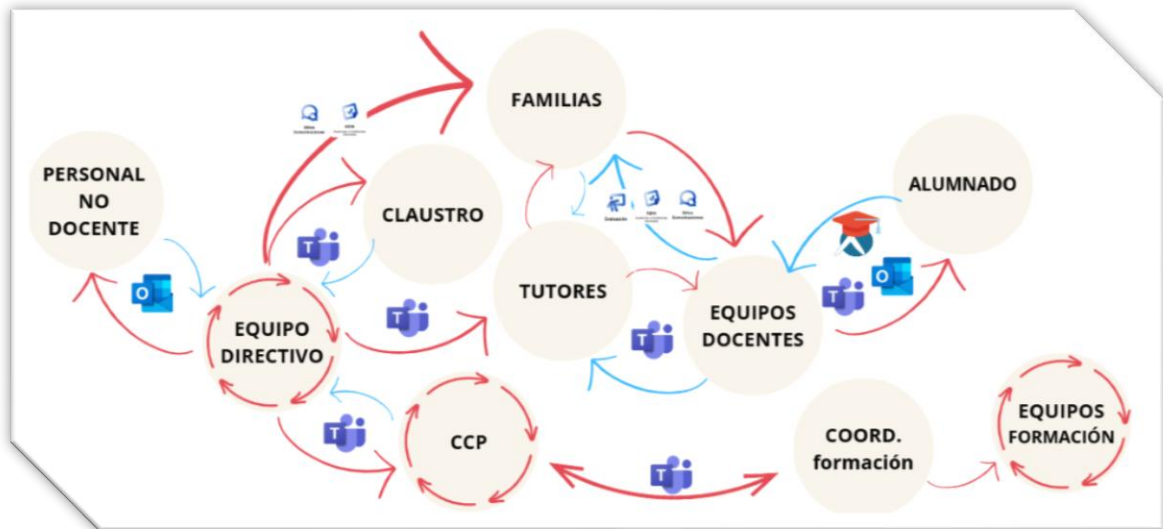
2.1. OBJETIVOS

01	Sistematizar la comunicación entre los diferentes miembros de la comunidad educativa.
02	Crear canales de participación para todos los miembros de la comunidad educativa.
03	Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos en el transcurso del curso escolar.
04	Proporcionar una base documental y material de referencia para la realización de futuros trabajos o estudios.
05	Dinamizar los flujos de información entre los miembros del personal del centro.

2.2. FLUJOS DE COMUNICACIÓN

En el siguiente gráfico se muestran los agentes implicados en la comunicación interna del centro y la interacción que existe entre ellos. Además, se han incluido los canales utilizados para realizar estas comunicaciones.

Como se puede observar todos los flujos son bidireccionales, lo que permite crear una estructura horizontal de información, aportando fluidez y transparencia en la gestión del centro.



2.3. CANALES DE COMUNICACIÓN

La comunicación interna del centro se vertebra a través de una serie de equipos de TEAMS, debido a que permite agrupar a los agentes implicados (especialmente, profesorado) y así ofrecer canales de información específica que llegue a las personas interesadas.

Los equipos existentes de TEAMS se renovarán y se integrarán en 4 espacios:

- Claustro
- Equipos docentes ESO
- Equipos docentes Bachillerato
- Formación e Innovación

Con el objetivo de moderar y dinamizar estos equipos de TEAMS se han fijado una serie de propietarios y canales fijos, que se detallan a continuación:

CLAUSTRO	
PROPIETARIOS	CANALES
<ul style="list-style-type: none"> > Dirección > Jefatura de estudios > Secretaría > Coord. TIC > Coord. Convivencia > Jefatura Act. Extraescolares 	<ul style="list-style-type: none"> > General > Equipo directivo > CCP > Comisión de convivencia > Comisión TIC > Act. Extraescolares

Equipos docentes ESO	
PROPIETARIOS	CANALES
<ul style="list-style-type: none"> > Dirección > Jefatura de estudios > Secretaría > Tutores (en su canal) 	<ul style="list-style-type: none"> > General > Tutores ESO > 1 canal por grupo ESO

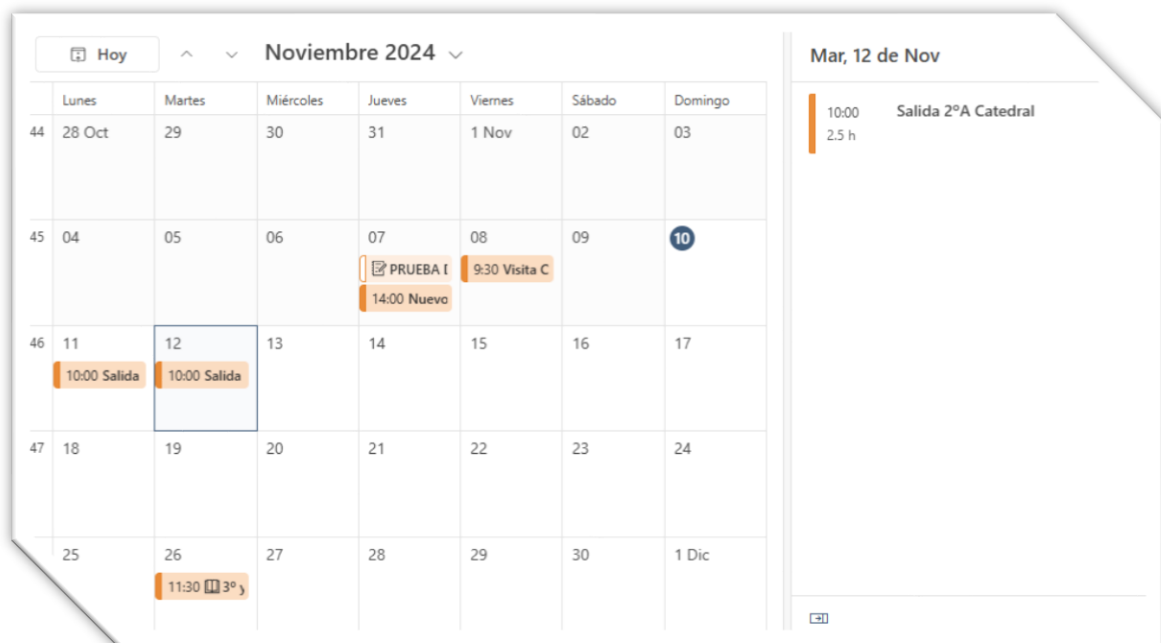
Equipos docentes Bachillerato	
PROPIETARIOS	CANALES
<ul style="list-style-type: none"> > Dirección > Jefatura de estudios > Secretaría > Tutores (en su canal) 	<ul style="list-style-type: none"> > General > Tutores BCH > 1 canal por grupo BCH

Formación e Innovación	
PROPIETARIOS	CANALES
<ul style="list-style-type: none"> > Dirección > Jefatura de estudios > Secretaría > Coord. Formación > Coord. TIC 	<ul style="list-style-type: none"> > General > Radio > Huerto > Revista > Formación inicial (acogida) > 1 canal por GT

2.4. CALENDARIO COMPARTIDO OUTLOOK

Con el objetivo de informar sobre las actividades complementarias y extraescolares que se realizan en el instituto a lo largo de curso se ha creado un calendario digital compartido en Outlook para que todo el profesorado pueda estar informado de las mismas.

La administración del calendario corresponde a Jefatura de Actividades Extraescolares y Complementarias y a Jefatura de Estudios. Ellos serán los encargados de fijar los eventos en el calendario, estableciendo las horas de la actividad, los profesores implicados y los alumnos asistentes.






Vista de los eventos en el calendario compartido

Todo el profesorado tiene posibilidad de incluir este calendario en la lista de sus calendarios de *Outlook*. Será visible desde cualquier dispositivo (ordenador, móvil, Tablet) si accede desde su cuenta *educa* a través del navegador o la app instalada en el dispositivo.

2.5. COMUNICACIÓN CON FAMILIAS

La comunicación con las familias se realizará preferentemente a través de los módulos de **STILUS**, sin olvidar otras vías como el teléfono, email o teams.

A partir del curso 24-25 tanto familias como profesorado tienen la posibilidad de comunicarse a través de los módulos STILUS activos en el área personal de educacyl.

<p>STILUS ASIN</p> 	<p>Permite la gestión de la asistencia y las incidencias del alumnado. También permite la solicitud, por parte de los tutores, de información académica al profesorado.</p>
<p>STILUS COMUNICACIÓN</p> 	<p>Permite el intercambio de mensajes entre profesorado y familias.</p>
<p>STILUS EVALUACIÓN</p> 	<p>Permite la introducción de las calificaciones del alumnado.</p>

Además de las herramientas digitales, el centro educativo mantiene abiertos diversos canales presenciales para interactuar con las familias. Entre estos se incluyen llamadas telefónicas y reuniones presenciales. Estos canales presenciales complementan las herramientas digitales, asegurando una comunicación integral y efectiva que se adapta a las necesidades y preferencias de todas las familias.

Las **llamadas telefónicas** permiten una comunicación directa y rápida, facilitando la resolución de dudas y la transmisión de información urgente. Por otro lado, las **reuniones presenciales** ofrecen un espacio para un diálogo más profundo y personalizado. Estas reuniones son esenciales para discutir el progreso académico de los estudiantes, abordar preocupaciones específicas y fortalecer la colaboración entre el personal educativo y las familias.

Es fundamental que las **familias utilicen sus propias cuentas** al enviar mensajes a través de TEAMS o correo electrónico, en lugar de las cuentas de los estudiantes. Esto asegura la verificación de la identidad y garantiza una comunicación segura y confiable.

2.6. NORMAS BÁSICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA

- La **comunicación** entre los miembros del claustro se realizará en los **equipos de TEAMS**, evitando otros canales (no corporativos), utilizando el canal adecuado a la información correspondiente.
- El **intercambio de archivos** se realizará también en los canales de TEAMS correspondientes, evitando otros canales y evitando duplicar información.
- En cada canal se deberá **responder sobre los mensajes** ya creados si es sobre el mismo tema, evitando crear nuevos hilos para las mismas cuestiones.
- Se deberá respetar el horario laboral para garantizar el derecho a la **desconexión digital** de todos los trabajadores del centro.
- **No se debe esperar una respuesta inmediata** a los mensajes enviados a través de TEAMS o correo electrónico. Los docentes y el personal administrativo tienen horarios específicos para atender las comunicaciones y, fuera de estos, están dedicados a otras responsabilidades educativas y personales.
- Los usuarios deberán **utilizar sus propias cuentas** para cualquier tipo de comunicación con el objeto de preservar la identidad y seguridad de las comunicaciones.
- Los **propietarios** de cada equipo/canal se comprometen a **actualizar la información** y moderar el flujo de información.
- El **profesorado** se compromete a **participar y mantenerse informado** a través de los canales establecidos en cada caso.
- Se **priorizará el intercambio digital** de información, evitando papel impreso o duplicar información en tablones.

3. COMUNICACIÓN EXTERNA

La **comunicación externa** constituye el otro pilar fundamental de este protocolo. Se centra en la interacción con todos los agentes que no forman parte directa de la comunidad educativa del instituto. Esta comunicación es esencial para mantener relaciones efectivas y colaborativas con diversas entidades y personas externas. Además, permite al instituto proyectar una imagen positiva y transparente hacia el exterior, facilitando la obtención de apoyo y recursos necesarios para su funcionamiento. La comunicación externa también juega un papel crucial en la difusión de los logros y actividades del centro, fortaleciendo su reputación y fomentando una mayor participación de la comunidad en general.

Los principales **agentes** en esta rama de la comunicación incluyen:

- **Administración:** Colaboración con organismos gubernamentales y autoridades educativas para asegurar el cumplimiento de normativas y la obtención de recursos necesarios.
- **Red de Formación (CFIEs):** Coordinación con los Centros de Formación e Innovación Educativa para la actualización y desarrollo profesional del personal docente.
- **CAU / Servicios Informáticos:** Interacción con el Centro de Atención al Usuario y los servicios informáticos para el mantenimiento y soporte técnico de las infraestructuras digitales del instituto.
- **Proveedores Externos:** Gestión de relaciones con proveedores de bienes y servicios que apoyan el funcionamiento diario del centro.
- **Público en General:** Comunicación con la comunidad local y el público en general para promover la transparencia, informar sobre eventos y actividades, y fortalecer la imagen del instituto.

Esta estructura de comunicación externa garantiza que el instituto mantenga una red de apoyo sólida y eficiente, facilitando la colaboración y el intercambio de información con todos los agentes involucrados.

3.1. OBJETIVOS

01	Agilizar la información entre el centro y los agentes implicados en la gestión y mantenimiento del mismo.
02	Potenciar la reputación del centro y consolidar su identidad y posicionar al centro en su contexto social.
03	Divulgar y compartir actividades, logros, programas, proyectos, entre otros.
04	Mejorar la transparencia en la gestión educativa.
05	Incrementar la eficiencia y el uso óptimo de las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

3.2. PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD

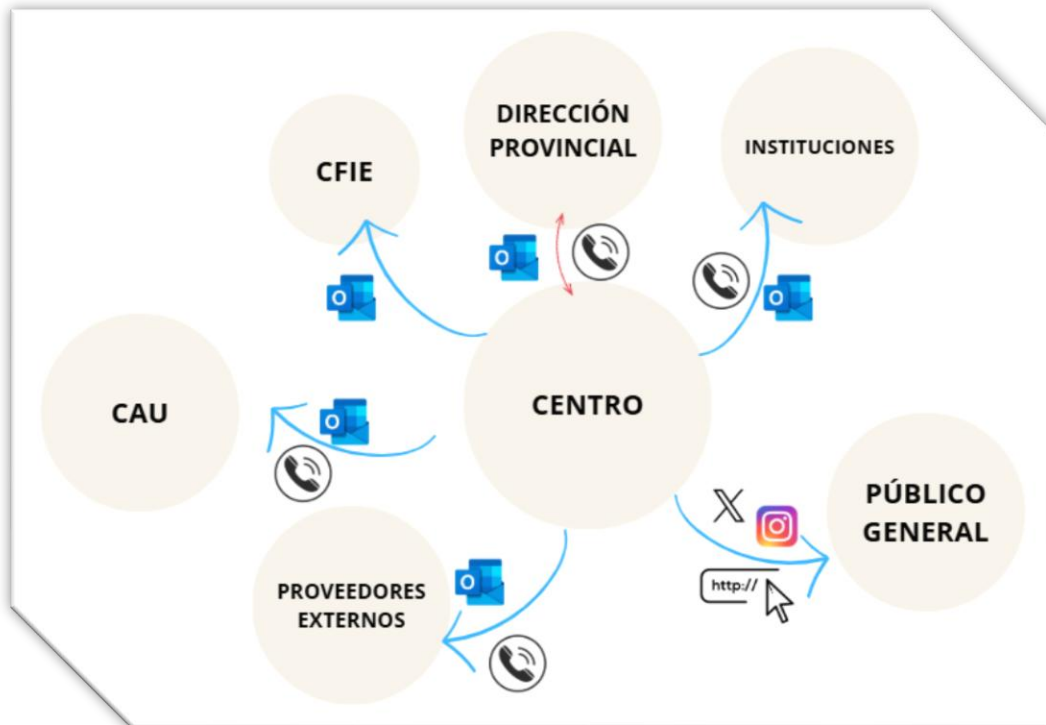
La protección de datos personales y la privacidad de los menores de edad es una prioridad fundamental para el centro educativo. Se recabará el **consentimiento explícito** de los padres/madres o tutores legales antes de recopilar, almacenar o publicar cualquier dato personal o imagen de los estudiantes, junto con la documentación de la matrícula.

Todas las actividades relacionadas con la gestión de datos deben cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos, como el **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)**. Además, se deben implementar medidas de seguridad adecuadas para garantizar que la información personal de los menores esté protegida contra accesos no autorizados, pérdidas o divulgaciones indebidas.

En el caso de la publicación de imágenes en redes sociales o cualquier otro medio, se debe asegurar que estas no comprometan la privacidad y seguridad de los estudiantes, evitando la identificación directa de los menores sin el debido consentimiento.

3.3. FLUJOS DE COMUNICACIÓN

En el siguiente gráfico se muestran los agentes implicados en la comunicación interna del centro y la interacción que existe entre ellos. Además, se han incluido los canales utilizados para realizar estas comunicaciones.



3.4. CANALES DE COMUNICACIÓN

La comunicación externa del instituto es un componente esencial para mantener relaciones efectivas y colaborativas con diversas entidades y personas fuera de la comunidad educativa. Estos **canales de comunicación** permiten al instituto proyectar una imagen positiva y transparente, facilitar la obtención de apoyo y recursos, y promover la participación activa de la comunidad en general. A continuación, se detallan los principales canales de comunicación externa utilizados por el instituto:

INSTITUTO - ADMINISTRACIÓN	
Descripción	<p>La comunicación entre el centro y la Dirección Provincial, con especial énfasis en el servicio de inspección educativa, es fundamental para el correcto funcionamiento y la gestión del instituto.</p> <p>Los temas frecuentes en esta comunicación incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos de Gestión: Planes de mejora, proyectos educativos, y estrategias de desarrollo institucional. • Documentación Administrativa: Informes financieros, presupuestos, y registros oficiales. • Documentación del Alumnado: Expedientes académicos, informes de evaluación, y registros de asistencia. • Documentación del Personal Docente y No Docente: Contratos, evaluaciones de desempeño, y registros de formación continua. <p>Esta comunicación asegura que el centro cumpla con las normativas vigentes, facilite la supervisión y el apoyo de la inspección educativa, y mantenga una gestión transparente y eficiente.</p>
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Jefatura de estudios • Secretaría
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Email • OneDrive (carpetas compartidas)

INSTITUTO – RED DE FORMACIÓN	
Descripción	<p>La comunicación entre el centro y la red de formación, con especial énfasis en el CFIE de Salamanca, es crucial para el desarrollo profesional continuo del personal educativo. Los temas frecuentes en esta comunicación incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de Formación del Centro: Elaboración y seguimiento de programas de formación que respondan a las necesidades específicas del centro y su personal. • Gestión de Cursos de Formación: Organización, inscripción y evaluación de cursos destinados a mejorar las competencias pedagógicas y técnicas del personal docente. • Grupos de Trabajo: Coordinación y apoyo a grupos de trabajo que promuevan la innovación educativa y el intercambio de buenas prácticas entre los docentes. <p>Esta colaboración asegura que el centro se mantenga actualizado con las últimas tendencias educativas y metodológicas, fomentando un entorno de aprendizaje dinámico y efectivo.</p>
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Coord. Formación
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Email • OneDrive (carpetas compartidas)

INSTITUTO – OTRAS INSTITUCIONES	
Descripción	<p>La comunicación entre el centro y las diferentes instituciones del entorno, especialmente con el Ayuntamiento de Salamanca, es esencial para el desarrollo integral del instituto. Los temas frecuentes en esta comunicación incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejo Escolar: Coordinación y participación en el consejo escolar para asegurar la representación y colaboración de todas las partes interesadas en la toma de decisiones del centro. • Programa de Actividades Extraescolares y Complementarias: Planificación y gestión de actividades que complementen el currículo académico, fomenten el desarrollo personal y social de los estudiantes, y fortalezcan los lazos con la comunidad local.

	Esta colaboración con las instituciones del entorno permite al centro educativo aprovechar recursos y oportunidades adicionales, promoviendo un ambiente educativo enriquecedor y participativo.
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Jefatura de estudios • Secretaría • Jefatura ACE
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Email

INSTITUTO – PROVEEDORES EXTERNOS	
Descripción:	<p>La comunicación entre el centro y las diferentes empresas que prestan servicios en el instituto, como mantenimiento y proveedores de suministros, es fundamental para el funcionamiento eficiente del centro.</p> <p>Los temas frecuentes en esta comunicación incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisiones de Mantenimiento: Coordinación de inspecciones regulares y reparaciones necesarias para asegurar que las instalaciones del instituto estén en óptimas condiciones. • Reposición de Bienes: Gestión de la reposición de materiales y equipos esenciales para el funcionamiento diario del centro. • Suministro: Supervisión y control del suministro de productos y servicios necesarios para las actividades educativas y administrativas. • Pago de Facturas: Procesamiento y seguimiento de los pagos a proveedores para garantizar la continuidad de los servicios sin interrupciones. <p>Esta comunicación efectiva con las empresas proveedoras asegura que el instituto mantenga un entorno seguro, bien equipado y funcional, contribuyendo al bienestar y éxito de toda la comunidad educativa.</p>
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaría
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Email • Programas gestión económica

INSTITUTO – PÚBLICO GENERAL	
Descripción	<p>La comunicación entre el centro y el público en general interesado en el instituto es vital para mantener una relación abierta y transparente con la comunidad.</p> <p>Los temas frecuentes en esta comunicación incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de Interés: Difusión de noticias relevantes sobre el centro, como cambios en la normativa, eventos importantes y logros destacados. • Divulgación de Actividades: Promoción de actividades escolares y extraescolares, incluyendo talleres, conferencias, y eventos culturales y deportivos, para fomentar la participación y el compromiso de la comunidad. • Blogs Informativos: Publicación de artículos y entradas de blog que proporcionen información útil y actualizada sobre diversos aspectos de la vida escolar, proyectos educativos y consejos para estudiantes y familias. <p>Esta comunicación efectiva con el público en general no solo fortalece la imagen del instituto, sino que también crea un sentido de comunidad y pertenencia, involucrando a todos los interesados en el desarrollo y éxito del centro educativo.</p>
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Jefatura de estudios • Secretaría • Equipo TIC • Claustro
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Redes sociales • Blogs informativos

3.5. PÁGINA WEB

Un elemento esencial de la comunicación externa del centro es la página web. Durante el curso 24-25 se ha llevado a cabo un rediseño y actualización de la web con el objetivo de convertirla en una página más accesible, intuitiva y funcional.

El **formulario de contacto** en la página web del centro educativo es una herramienta esencial para facilitar la comunicación entre el instituto y cualquier persona interesada. Este formulario permite a familias, estudiantes, futuros alumnos y miembros de la comunidad ponerse en contacto de manera rápida y sencilla, asegurando que sus consultas, sugerencias o inquietudes sean recibidas y atendidas de forma eficiente.

Se ha tenido en cuenta la **visibilidad en dispositivos móviles**, puesto que actualmente el medio de visita más utilizado.

Las tareas de actualización se han centrado en:

- Reorganizar las **secciones** de la página, con el objetivo de que tenga una estructura racional y estable en el tiempo.
- Rediseñar la **página de inicio** para que cuente con información de interés actualizada y enlace con las diferentes secciones de la página.
- Dinamizar la **sección de noticias**, donde se mostrarán las últimas novedades del centro.



En el futuro se tiene intención de centralizar todas las publicaciones en la **bitácora del centro** que se realizan en blogs externos, con el objetivo de que la información sea más visible y accesible a toda la comunidad educativa.

Se ha acordado **racionalizar el uso de las secciones** de la página web, con la intención de que la información esté organizada por categorías y el usuario sepa dónde buscar. En

cuanto a la configuración, las secciones no tendrán contenido. Toda la información aparecerá en las **subpáginas** que están dentro de las secciones.

Actualmente la web cuenta con **8 secciones**, a las que se sumará la sección 'biblioteca' (actualmente en construcción). En el futuro deberá pensarse la idoneidad antes de abrir nuevas secciones. Actualmente la estructura es esta:

Nuestro instituto

- Presentación
- Historia
- Contacto
- Centros adscritos

Organización

- Equipo directivo
- Organigrama
- Documentos
- CCP
- Horario general

Secretaría

- Información y horario
- Admisión y matrícula
- Títulos
- RELEO+
- STILUS familias

Oferta educativa

- ESO
- BCH
- Línea TIC
- Simultaneidad con Conservatorio
- Libros de texto

Innovación educativa

- Reconocimientos y premios
- Proyectos de innovación

Orientación

- Información
- Guías de orientación
- Pruebas a CFG
- PAU

Internacionalización

- eTwinning
- Erasmus+
- PIE Internacionaliza e Innova

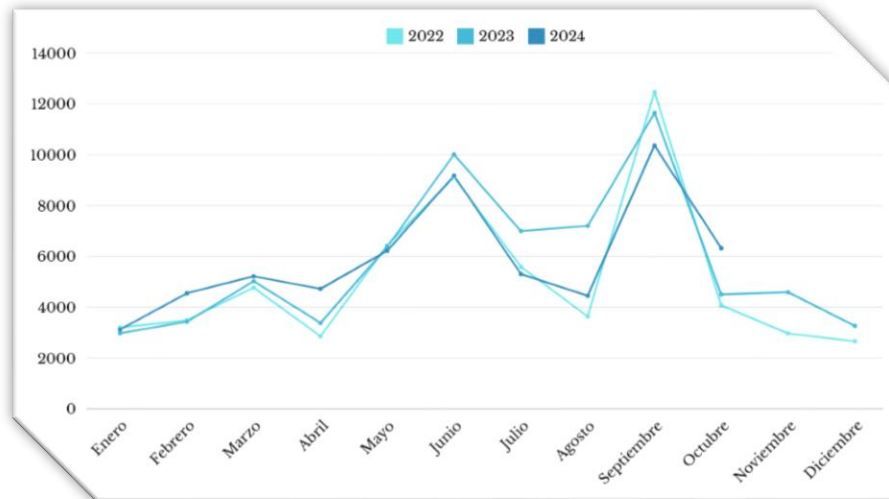
Proyectos del centro

- Revista del centro
- Huerto
- Radio
- Agenda escolar

AMPA

> Análisis de visitas mensuales a la página web

Se han obtenido datos de los últimos tres años para analizar las visitas mensuales a la página web del instituto. Este análisis ha revelado patrones significativos en el comportamiento de los usuarios, destacando ciertos meses con un volumen de visitas notablemente mayor.



Patrones observados:

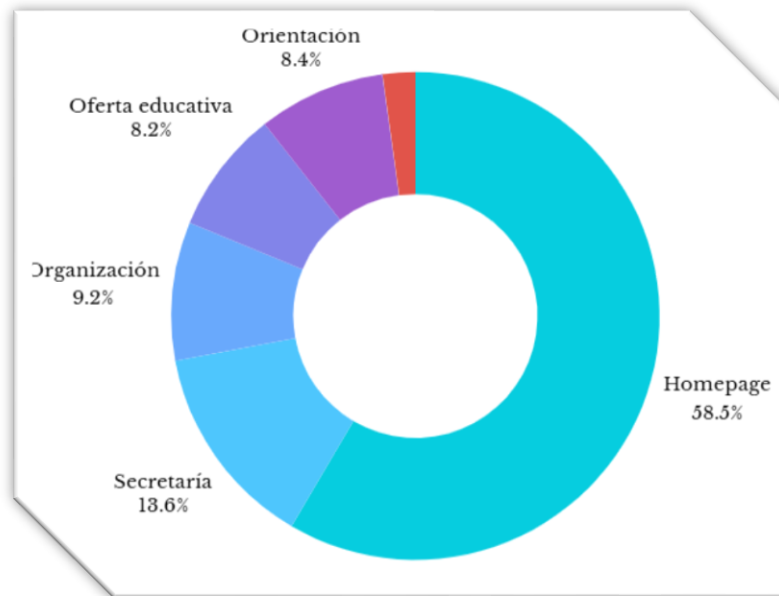
- **Junio y Septiembre:** Estos meses han registrado consistentemente el mayor volumen de visitas. En junio, el aumento de tráfico puede atribuirse a la finalización del año escolar, cuando los estudiantes y sus familias buscan información sobre calificaciones finales, resultados de exámenes y procedimientos de matriculación para el próximo curso. Septiembre, por otro lado, coincide con el inicio del nuevo año escolar, momento en el que se incrementa la búsqueda de horarios, listas de materiales, y detalles sobre actividades extracurriculares y eventos de bienvenida.

Factores:

- **Eventos académicos y administrativos:** La publicación de resultados académicos, la apertura de inscripciones y la actualización de información relevante para el nuevo curso son factores clave que impulsan el tráfico web en estos meses.
- **Comunicación institucional:** Las campañas de comunicación dirigidas a informar a la comunidad educativa sobre fechas importantes, cambios en la normativa y nuevas iniciativas también juegan un papel crucial en el aumento de visitas.
- **Interés general:** La curiosidad y la necesidad de estar informados sobre las actividades y novedades del instituto motivan a estudiantes, padres y otros

miembros de la comunidad a visitar la página web con mayor frecuencia en estos periodos.

Análisis de visitas totales por secciones



Es importante señalar que los datos presentados son provisionales, ya que algunas secciones fueron creadas recientemente, en octubre de 2024. Esto significa que las cifras actuales pueden no reflejar completamente el comportamiento a largo plazo de los usuarios en estas nuevas secciones.

Secciones Más Visitadas:

1. **Página de Inicio (58%):** La página de inicio es la más visitada, representando el 58% del total de visitas. Esto se debe a que actúa como el punto de entrada principal para los usuarios que buscan información general y actualizaciones recientes sobre el instituto.
2. **Secretaría (18%):** Esta sección es crucial para los usuarios que necesitan información administrativa, como procedimientos de matrícula, horarios de atención y trámites escolares. Representa el 18% del total de visitas.
3. **Organización (9%):** Con un 9% de las visitas, esta sección proporciona detalles sobre la estructura organizativa del instituto, incluyendo información sobre el equipo directivo y los diferentes departamentos.

4. **Oferta Educativa (8%)**: Esta sección, que recibe el 8% de las visitas, es fundamental para los estudiantes y padres interesados en conocer los programas académicos y cursos ofrecidos por el instituto.
5. **Orientación (8%)**: También con un 8% de las visitas, esta sección ofrece recursos y apoyo en temas de orientación académica y profesional, ayudando a los estudiantes a tomar decisiones informadas sobre su futuro educativo y laboral.

Las secciones creadas en octubre de 2024 aún están en proceso de establecerse y atraer tráfico. Se espera que, con el tiempo, estas nuevas áreas del sitio web incrementen su número de visitas a medida que los usuarios se familiaricen con los contenidos y servicios ofrecidos.

Conclusión:

El análisis de las visitas mensuales y por secciones a la página web del instituto proporciona una visión valiosa sobre los hábitos de los usuarios y permite identificar los momentos clave en los que la comunicación digital es más efectiva. Estos datos son esenciales para planificar estrategias de comunicación y asegurar que la información crucial llegue a la comunidad educativa de manera oportuna y eficiente.

3.6. REDES SOCIALES

Contar con redes sociales es altamente conveniente para un centro educativo, ya que permiten una comunicación rápida y directa con la comunidad. Estas plataformas facilitan la difusión de **información importante**, la **promoción de eventos y actividades**, y el **fortalecimiento de la identidad institucional**. Además, las redes sociales ofrecen un espacio interactivo donde los estudiantes y sus familias pueden participar activamente, compartir sus experiencias y mantenerse informados de manera continua. Esto no solo mejora la **transparencia** y la **accesibilidad** de la información, sino que también fomenta un **sentido de pertenencia y comunidad**.

El centro dispone de una cuenta en la **red social X** desde hace uno años (anteriormente conocida como Twitter), utilizada para dar visibilidad a las actividades que se realizan en el instituto. Durante el curso 24-25 se ha decidido abrir cuentas en **Instagram** y **Facebook** con los mismos propósitos, debido al impacto significativo que estas plataformas pueden tener. Dado que tanto el alumnado como las familias utilizan estas redes sociales con mayor frecuencia, podrían convertirse en canales complementarios muy efectivos para la comunicación externa del instituto.

3.7. RESPONSABLES DE REDES Y WEB

Los responsables de redes y web se encargarán de:

1. Planificación de contenidos:

- Crear un calendario de publicaciones que incluya fechas importantes, eventos escolares, actividades extracurriculares y logros destacados.

2. Creación y publicación de contenidos:

- Redactar y diseñar publicaciones que reflejen la identidad y los valores del centro.
- Utilizar imágenes, videos y gráficos para hacer las publicaciones más atractivas y visualmente impactantes.
- Publicar contenido de manera regular y consistente según el calendario planificado.
- Asegurar que todas las publicaciones cumplan con las políticas y normativas del centro.

3. Interacción con la comunidad:

- Por defecto, no se responderá a los comentarios de las publicaciones.
- Fomentar la participación de los seguidores mediante preguntas, encuestas y concursos.

4. Coordinación interna:

- Colaborar con el equipo directivo y otros departamentos para asegurar que la información compartida sea precisa y esté actualizada.
- Recoger y difundir noticias y eventos relevantes del centro.

5. Gestión de crisis:

- Estar preparado para manejar comentarios negativos de manera profesional y efectiva.
- Coordinar con el equipo directivo para dar una respuesta adecuada y oportuna en caso de incidentes.

Estas tareas aseguran que la presencia del centro en las redes sociales sea efectiva, coherente y alineada con los objetivos institucionales.

3.8. NETIQUETA

NETIQUETA BUENAS PRÁCTICAS	
01 PRESENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Saluda y despídete. • Evita el uso de mayúsculas. • Utiliza un lenguaje neutro. • Revisa la ortografía
02 PRIVACIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • No difundas mensajes de otros sin consentimiento. • Pregunta antes de etiquetar a otros en redes sociales • No publiques fotos/vídeos de otros sin consentimiento.
03 CIBERACOSO	<ul style="list-style-type: none"> • Respeta a los demás siempre. • Estar detrás de una pantalla no te da derecho a tratar mal a otros. • No seas cómplice. No compartas información o des apoyo.
04 FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Verifica la información que recibes por redes sociales. • No difundas información de la que no estás seguro sobre su veracidad. • Desconfía de la información de fuentes que no conoces.
05 HORARIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Envía mensajes en horario escolar (8:30 - 14:20). • Recuerda que puedes programar su envío. • No envíes vídeos/artículos de forma recurrente. • Escoge los momentos adecuados.
06 CONTEXTO	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue las normas de cada plataforma (email, redes, Teams, Aula Virtual...) • Adapta el tipo de contenido y el lenguaje en cada situación, y cada tipo de receptor (compañeros, profesores...)
07 RESPUESTAS	<ul style="list-style-type: none"> • No es necesario responder a todo inmediatamente. • No ignores mensajes o los dejes en visto sin respuesta. • Siempre se puede decir que responderás en cuanto puedas.
08 COMPARTIR	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexiona sobre el contenido que compartes con los demás. • Si compartes contenido propio, haz uso de licencias CC. • Si utilizas contenido de los demás, verifica sus licencias.
09 ENVÍO	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza OneDrive para compartir tus archivos. • Utiliza formatos adecuados (PDF, JPEG, MP3, MP4) • Renombra tus archivos para que sean reconocibles. • No utilices herramientas no corporativas.
10 ERRORES	<ul style="list-style-type: none"> • Todos nos equivocamos, disculpa los errores o equivocaciones de los demás. • Si hay que corregir, es mejor hacerlo por privado y de forma amable y educada.