

El plan de comunicación interna del centro y su funcionalidad

Autor: Pallasá Manteca, Miguel (Doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación).

Público: Profesorado. **Materia:** Organización escolar, Didáctica. **Idioma:** Español.

Título: El plan de comunicación interna del centro y su funcionalidad.

Resumen

En los centros educativos se hace necesario establecer un plan de comunicación que permita mejorar y optimizar los flujos de información que en ellos se produzcan. Existen distintos colectivos a los que esta información les es de interés: familias, profesorado, alumnado, etc., siendo necesario habilitar canales que dinamicen el acceso a la misma, y el retorno al centro en forma de retroalimentación. El plan de comunicación debe contener aspectos relativos tanto a la comunicación interna como a la externa, estando vinculada la primera a los aspectos intracentro.

Palabras clave: Comunicación, Organización Escolar, Didáctica.

Title: The internal communication plan of the center and its functionality.

Abstract

In schools, it is necessary to establish a communication plan that allows improving and optimizing the information flows that occur in them. There are different groups to which this information is of interest: families, teachers, students, etc., being necessary to enable channels that boost access to it, and return to the center in the form of feedback. The communication plan must contain aspects related to both internal and external communication, the first being linked to the intracenter aspects.

Keywords: Communication, School Organization, Didactics.

Recibido 2018-04-13; Aceptado 2018-04-19; Publicado 2018-05-25; Código PD: 095071

INTRODUCCIÓN

La escuela hoy en día arrastra una serie de inercias que la llevan a estructuras organizativas que deben ser actualizadas. No nos es ajeno que los centros educativos presentan elementos tradicionales en sus esquemas de funcionamiento que resultan un tanto anacrónicos. Sin adentrarse en cuestiones metodológicas, didácticas y estrictamente organizativas internas, la realidad es que realizar una acomodación a los nuevos tiempos resulta complicado en los centros de educación infantil, primaria y secundaria. Las razones son múltiples: rigidez de la administración a la hora de instaurar planteamientos novedosos, saturación laboral del profesorado y exigencias cada vez mayores, falta de recursos, formación inadecuada, déficit de tiempo para implementar propuestas, etc. No obstante, desde un punto de vista práctico, es necesario realizar un esfuerzo para adaptarse a las nuevas situaciones; siendo una de ellas los aspectos comunicativos, tanto en su variante externa como en la interna.

JUSTIFICACIÓN

A la hora de introducirse en los entresijos de cualquier organización deben tenerse en cuenta la eficacia de las comunicaciones que a nivel interno se produzcan, cobrando mayor relevancia esta aseveración cuando hace referencia a los contextos vinculados con la docencia. El contacto personal sigue siendo imprescindible, ya que facilita la asimilación de aspectos no apreciables y de carácter no verbal. No obstante, pese a ello, no se deben olvidar que los avances tecnológicos posibilitan nuevas formas de interconexión eficaces y eficientes. Dicho esto, tampoco debe olvidarse que es necesario compatibilizar tanto los recursos más tradicionales como los más novedosos y punteros. Desde un punto de vista educativo, o más bien llevado al ámbito de las organizaciones educativas, y concretamente los centros de enseñanza reglada, todo lo anteriormente citado debe ser especialmente tenido en consideración. La razón es que los protagonistas de los intercambios de información que se produzcan en un colegio se encuentran a diferentes niveles de asimilación. Podría decirse que normalmente los intercambios comunicativos se producen entre un emisor y un receptor que poseen diferentes posibilidades y niveles de comprensión y capacidad para, tanto emitir como recibir, y en ambos casos procesar, la acción que realizan, aunque finalmente pueden llegar a una comprensión de aquello a lo que está haciendo referencia

de forma natural. Si bien esto último se produce en un porcentaje muy alto de las ocasiones, en el ámbito escolar tiene una derivada distinta, y es que de por sí existen no ya colectivos distintos que deben emitir y recibir información, sino que alguno de esos colectivos se encuentran en un plano diferente respecto a las posibilidades de comprenderla, analizarla y procesarla ya que se encuentra en periodo de formación.

Una comunidad educativa, considerada como entorno restringido a efectos de comunicación interna, está configurada por familias, profesorado y alumnado (evidentemente hay más protagonistas, pero se opta por reducir el número meramente a efectos de simplificar el planteamiento). Este último no se debe olvidar que está en proceso formativo, por lo que existe una, a priori, limitación a la hora de utilizar y conocer, además de asimilar los códigos, protocolos y estructuras comunicativas. Al respecto, debe tenerse presente este condicionante de cara al establecimiento de las pautas de comunicación estructuradas que la organización del centro establezca. Ejemplo de esta circunstancia son las tareas escolares y la comunicación de las mismas a los alumnos y familias, las notas o los permisos para realizar actividades complementarias y extraescolares.

En otros casos la comunicación entre el centro y las familias no se produce de forma fluida, llevando a situaciones de tensión que en muchos casos se podrían haber limitado e incluso eliminado mediante canales y protocolos de comunicación claros y eficaces. Ejemplo de esto último pueden ser los malos entendidos o juicios de valor desde el ámbito familiar respecto a actuaciones que el profesorado realiza, actividades de centro, eventos, festivales, etc. que las familias no entienden o no consideran de la misma manera que el profesorado

PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CENTRO

A partir de lo expuesto hasta ahora, elaborar un plan de comunicación de centro se constituirá como fundamental de cara a optimizar los canales, medios y recursos comunicativos que la escuela desarrolle.

La comunicación cara a cara, tal como se expuso anteriormente, no puede ser sustituida por ninguna otra, por lo que debe ser mantenida como puntal del plan de comunicación. No obstante, establecer protocolos de interacción cara a cara puede ser recomendable. Al respecto, pautar horarios de entrevistas, reuniones, o situaciones similares sería una opción adecuada.

Dicho esto, en un plan de comunicación interno debería considerarse combinar canales y medios tradicionales con aquellos novedosos y producto del auge de las tecnologías de la información y comunicación. Los tabloneros de anuncios, buzones de sugerencias, comunicados, cartas, llamadas telefónicas, etc. deben convivir con nuevas opciones como los WhasApp, redes sociales, correos electrónicos, páginas web, etc.

Desde esta perspectiva, es necesario establecer protocolos y mecanismos tanto de formación como de implementación de las actuaciones, para rentabilizar y sacar el máximo provecho de las opciones que un centro pueda barajar. La forma de concretarlo sería el Plan de Comunicación de Centro en su apartado de Comunicación Interna.

De forma somera, un Plan de Comunicación de centro puede contar con lo siguientes apartados considerando diferentes contenidos para cada uno de ellos. Hay que tener en cuenta que cada uno de estos apartados, dependiendo de cada organización, puede focalizarse en unos puntos más que en otros. La necesidad de prestar atención a unos aspectos u otros debe considerarse a partir de un análisis pormenorizado de las circunstancias particulares. Para ello, establecer pseudoauditorías internas podría ser una buena opción. Para ello, la realización de encuestas, cuestionarios o entrevistas con los miembros de la comunidad educativa podría ser de gran ayuda.

Una vez que se cuenta con toda la información relevante para concretar el plan de comunicación, los aspectos fundamentales y elementos a tener en cuenta son:

Objetivos

Los objetivos establecidos en cada plan dependerán de las características de cada centro y de los resultados de las auditorías que se hayan realizado. En todo caso, los objetivos que se pueden plantear tienen elementos comunes que pueden ser compartidos por todos los centro. Al respecto, los siguientes pueden ser ejemplos ilustrativos de esta circunstancia.

- *Mejorar los canales de intercambio de información en el centro.*

Toda organización educativa (escuelas o colegios) poseen canales de intercambio de información, tanto tradicionales como novedosos. Uno de los objetivos que debe plantearse es analizar la funcionalidad de los mismos, identificar los puntos fuertes y débiles existentes e intentar mejorar o introducir elementos que complementen o amplíen su ámbito de actuación.

- *Utilizar de forma reglada (oficial a nivel de centro) de medios electrónicos entre el profesorado: email, whasApp, etc.*

Las oportunidades que la tecnología ofrece deben ser aprovechadas al máximo y llevadas a los contextos educativos de forma natural. En ocasiones el alumnado tiene mayor facilidad para interactuar con estos medios, son los llamados nativos digitales. Esta razón, junto con la necesidad de actualización institucional deben ser entendidas como oportunidades y rentabilizarlas en el contexto escolar. El coste de su uso no es elevado y su beneficio más sustancioso de lo que el coste supone.

- *Fomentar el uso de nuevas tecnologías para gestionar actividades o actuaciones: informaciones, fechas, planteamientos y abordajes desde los distintos grupos o niveles, etc.*

Con carácter aplicado, el uso de las tecnologías de la comunicación junto con las tradicionalmente utilizadas hasta ahora, nos permitirá acceder de forma más directa y eficaz a la comunidad. La cercanía ofrecida y la retroalimentación dada hacen de su uso algo indispensable si se quiere mejorar la eficacia y eficiencia de la comunicación interna.

- *Fomentar el uso de los blog de aula para comunicar experiencias o participar en las mismas a nivel de centro (restringido al ámbito del colegio).*

Tomando como referencia el aula-grupo, en muchas ocasiones se realizan experiencias educativas que no son suficientemente publicitadas entre la comunidad educativa. Existen ocasiones en las que incluso el propio profesorado no es consciente del trabajo desarrollado por sus compañeros. La utilización de blogs de aula podría ayudar a que esta circunstancia no se produjese. La utilización de blogs es relativamente sencilla y su proyección tanto interna como externa posee una repercusión evidente.

- *Colocar y utilizar tableros de anuncios en el centro (formato físico).*

Es uno de los elementos tradicionales desde el punto de vista de la comunicación interna. Su uso es algo cotidiano en los colegios, aunque en muchos casos de forma no eficiente o rentable. En todo caso, su posicionamiento, junto con las pautas y protocolos de utilización deben ser objeto de análisis para lograr optimizar sus ventajas, ya que son numerosas y evidentes.

- *Gestionar el uso de un buzón de sugerencias, utilización del teléfono, cartas, etc..*

Estos son otros de los elementos tradicionales que deben ser valorados y potenciados. El mayor inconveniente que pueden tener es la falta de compromiso con su mantenimiento y revisión de la información que transmitan. Al respecto debería tenerse previsto un protocolo de consulta semanal y realzar la importancia y necesidad de su utilización.

- *Ubicar paneles audiovisuales (Televisiones, pantallas, etc.) en lugares estratégicos.*

Aunque el carácter es unidireccional en la transmisión de información, deben ser rentabilizadas las posibilidades que ofrecen respecto a la captación de la atención de los diferentes protagonistas.

Público

El público hace referencia al conjunto de protagonistas a la hora de utilizar o hacer uso del plan de comunicación. Al tratarse de aspectos vinculados con la comunicación interna, sería conveniente que todos los integrantes de la comunidad educativa tuviesen un espacio, medios o canales para acceder y brindar información desde una perspectiva intracentro. Los principales protagonistas al respecto serían:

- Profesorado
- Personal auxiliar y de servicios.

- Familias
- Alumnado

Canales

Debe realizarse una distinción entre canales tradicionales y novedosos. Dicha distinción, a modo de ejemplo podría ser la siguiente:

tradicionales:

- Buzón de sugerencias
- Tablón de anuncios,...

tecnológicos

- correo electrónico.
- whappsApp propio de la comunidad docente y administrativa del centro,...

Contenidos

A la hora de establecer los contenidos debemos considerar que por un lado figurarán los contenidos propios de la información que se desee transmitir y por otro los contenidos referidos a los protocolos, estrategias y recursos que deben utilizarse para transmitir la información. Esta distinción no es baladí, ya que el enfoque que se de al tratamiento de los contenidos es muy distinto sea una o sea otra. Dicho esto, ejemplos de contenidos serían los siguientes:

- Circulares.
- Información institucional.
- Información no oficial.
- Actividades puntuales.
- Eventos.
- Sugerencias.

Acciones

Al hilo de lo anteriormente citado, las actuaciones a desarrollar estarán condicionadas por la finalidad perseguida. Por un lado encontramos las actuaciones propias del plan de comunicación interna destinadas a transmitir la información relevante; y por otro las actuaciones propias para poner en marcha el funcionamiento del plan en sí. Ejemplos de ambas serán los siguientes.

- Alfabetización en nuevos medios.
- Formación específica referida a los canales utilizados.
- Fomento e incentivo del uso de los canales anteriormente citados.
- Colocación de dispositivos digitales (paneles digitales, televisión, pizarras digitales, etc.)
- Colocación de dispositivos analógicos (tablón de anuncios, cartelería, comunicados o circulares internas, etc.)

Cronograma

El establecimiento de la secuenciación y temporalización deberá ser ajustado a cada centro en particular. Al respecto podemos encontrar las siguientes indicaciones orientativas para el primer curso en el que se decida implantar el plan de comunicación interno. Posteriormente este cronograma deberá estar sujeto a las indicaciones que las evaluaciones anuales refieran.

- Julio-Agosto: Instalación y gestión de medios (digitales y analógicos).
- Septiembre: Formación del profesorado y PAS (uso y normas de utilización de los recursos a utilizar)
- Octubre-Noviembre: Toma de contacto y ensayos.
- Diciembre, Enero, Febrero, Marzo: Implementación funcional real.
- Abril y Mayo: Evaluación
- Junio: elaboración de documento con propuestas de mejora.

Responsables

Este apartado hará referencia al conjunto de protagonistas que se implicarán en el funcionamiento y desarrollo de las actuaciones detalladas anteriormente. Tal y como ocurría con otros aspectos, las responsabilidades serán diferente en función de si están orientadas a la implantación del plan en sí mismo, o a la utilización de los recursos que se pongan en juego. Dicho esto, ejemplos de responsables serán los siguientes:

- Equipo directivo: Establecimiento de las líneas generales de actuación y planteamiento de los aspectos organizativos y aplicados.
- Profesorado y PAS: Desarrollo e implementación de las estrategias establecidas a nivel organizativo (utilización y uso).

CONCLUSIÓN

El conjunto de actuaciones, actividades, planes, proyectos o programas que un centro desarrolle estarán en gran medida condicionados por la visibilidad y conocimiento que tanto la comunidad educativa como los propios integrantes del centro (entiéndase docentes y alumnado además de personal auxiliar y de servicios) tengan de ellos.

El funcionamiento de una organización escolar a su vez estará en gran medida condicionada por el intercambio de información que se produzca en su seno. La fluidez, fiabilidad y validez de esta información, así como la rapidez, efectividad y tiempos en su manejo serán indicadores de éxito al respecto. Además, no se puede dejar de lado la necesidad de establecer pautas o planteamientos que sistematicen el enfoque adoptado para manejar todo lo anteriormente mencionado. La elaboración de un plan de comunicación interno como parte integrante de un plan de comunicación general establecerá las líneas y prioridades, así como los procedimientos a seguir para lograrlo.

Bibliografía

- Aljure Saab, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación*. Universidad de La Sabana.
- Álvarez, J. (2007). Comunicación interna, la estrategia del éxito. *Razón y palabra*, 12(56).
- Cortes, D. I. M., Amaya, F. G. P., Gonzalez, N. M. E., Alatorre, J. B., & Cuevas-Contreras, T. J. (2013). Exploración en la comunicación interna como efecto competitivo. *European Scientific Journal*, 9 (17).
- Cuervo, M. (2009). El desafío de la comunicación interna en las organizaciones. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. 28, 61-70.
- Ladrón de Guevara, M. C. (2004). Plan de Comunicación de un centro escolar. *Indivisa. Boletín de Estudios e Investigación*, (5), 155-182.
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE).
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- Pérez, J. P. F. (2008). La planificación estratégica: una propuesta metodológica para gestionar el cambio en políticas de innovación educativa. *Revista Iberoamericana de educación*, 46 (1), 3.
- Rodríguez, E. M., Vázquez, E. B., & Rodríguez, A. A. B. (2006). La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria. *Revista Iberoamericana de educación*, 40(5), 1-9.
- Sánchez, A.; Boix Peinado, J. L. y Jurado De Los Santos, P. (2009). La sociedad del conocimiento y las TICs: una inmejorable oportunidad para el cambio docente. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*. (34) 179-204.
- Tello Díaz, J. y Aguaded Gómez, J. I. (2009). Desarrollo profesional docente ante los nuevos retos de las tecnologías de la información y la comunicación en los centros educativos. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*. (34) 31-47.