



# PLAN DE COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA DE PRESENCIA EN REDES SOCIALES

## **1. Introducción**

Este plan define la estrategia de comunicación digital del Colegio Público Virgen del Castillo, con foco en redes sociales y canales digitales propios, con el objetivo de fortalecer su identidad institucional, mejorar la relación y la participación de la comunidad educativa, visibilizar el trabajo diario del centro y dar a conocer los proyectos, programas y actividades educativas, inclusivas e innovadoras que se desarrollan en él.

## **2. Objetivos de comunicación**

### **Objetivo general**

Posicionar al colegio como una institución educativa confiable, cercana y de calidad.

### **Objetivos específicos**

- Reforzar la identidad y valores del colegio.
- Informar de manera clara y oportuna a familias y al alumnado.
- Mostrar la vida escolar y los logros académicos y formativos.
- Aumentar el reconocimiento y la reputación institucional.
- Apoyar los procesos de admisión y matrícula.

## **3. Públicos objetivo**

- Familias actuales del colegio.
- Familias potenciales.
- Alumnado.
- Docentes y resto de personal del centro.
- Comunidad local y exalumnos.

## **4. Identidad y tono de comunicación**

- **Tono:** cercano, respetuoso, positivo y profesional.
- **Lenguaje:** claro, inclusivo y comprensible para todo público.



- **Valores a transmitir:** compromiso educativo, formación integral, comunidad, respeto y excelencia.

## **5. Canales y redes sociales**

### Redes principales

- **Instagram:** vida escolar y actividades diarias.
- **YouTube:** videos de actividades, proyectos y testimonios.
- **WhatsApp (uso interno):** comunicación directa con familias (no red pública).
- **Web del centro:** canal principal y repositorio de información institucional. Debe incluir noticias, proyecto educativo, calendario, admisiones y enlaces a redes sociales.
- **Blogs de las plantas:** espacios dinámicos para mostrar el trabajo pedagógico de cada planta / etapa, proyectos de aula y actividades destacadas.
- **Blog de los maestros especialistas en Audición y Lenguaje:** espacio dedicado a contenidos relacionados con principalmente con la comunicación. Incluyen recursos como tableros de comunicación, uso de pictogramas, estrategias de estimulación del lenguaje, orientaciones para familias y experiencias de aula.

## **6. Estrategia de contenidos**

### Tipos de contenido

- Vida escolar: clases, proyectos, salidas educativas.
- Eventos y fechas importantes.
- Logros.
- Mensajes institucionales y comunicados.
- Valores y convivencia escolar.
- Testimonios de alumnado, familias y docentes.
- Información de admisiones.
- Recursos materiales.



Frecuencia sugerida

- Instagram: 4–5 publicaciones semanales.
- YouTube: 1–2 videos mensuales.
- Web del centro: mantenerla actualizada.
- Blogs: mantenerlos actualizados.

## **7. Lineamientos de publicación**

- Cuidar la imagen y privacidad del alumnado (autorizaciones).
- Mantener coherencia visual (colores, logo, tipografías).
- Utilizar fotografías y videos de buena calidad.
- Responder mensajes y comentarios con cordialidad y rapidez.

## **8. Gestión y roles**

- **Responsable de comunicación:** planificación y publicación.
- **Equipo de apoyo:** profesorado de las diferentes etapas serán los encargados de aportar contenidos.
- **Dirección:** validación de mensajes institucionales relevantes.

## **9. Protocolo de crisis**

- Detectar comentarios o situaciones sensibles.
- Responder con calma, respeto y mensajes oficiales.
- Evitar discusiones públicas.
- Escalar a dirección cuando sea necesario.

## **10. Indicadores de evaluación**

- Crecimiento de seguidores.
- Alcance e interacción de publicaciones.
- Mensajes y consultas recibidas.
- Interés generado en procesos de admisión.



## **11. Calendario de contenidos**

Elaborar un calendario mensual que contemple:

- Fechas institucionales: inicio y fin de curso, festividades escolares (Navidad, Carnaval y Graduaciones), efemérides (Día de la no Violencia y de la Paz escolar 30 de enero, Día de la Mujer 8 de marzo, Día del Libro 23 de abril, Halloween 31 de octubre, Día de las personas con Discapacidad 3 de diciembre, etc.), reuniones generales y periodos de admisión.
- Eventos escolares: celebraciones, salidas y excursiones, actividades complementarias, proyectos y jornadas especiales.
- Campañas específicas:
  - Campaña de admisión y matriculación.
  - Difusión de proyectos educativos y planes del centro.
  - Campañas de Convivencia e inclusión.
  - Promoción de iniciativas innovadoras y buenas prácticas.

## **12. Conclusión**

Una presencia activa, planificada y coherente en los distintos canales digitales — web del centro, blogs educativos y redes sociales— permite al Colegio Público Virgen del Castillo fortalecer su vínculo con la comunidad educativa, mejorar la transparencia informativa y proyectar una imagen institucional sólida, cercana y profesional.

Este plan de comunicación contribuye a dar visibilidad al trabajo pedagógico diario que se desarrolla en el centro, poniendo en valor los proyectos educativos, las experiencias de aula, la atención a la diversidad y las iniciativas innovadoras que forman parte de su identidad. Asimismo, favorece la participación de las familias, refuerza el sentimiento de pertenencia y mejora la coordinación interna entre los distintos miembros de la comunidad educativa.

La implementación de una estrategia digital estructurada y evaluable permite, además, adaptar los mensajes a los diferentes públicos, responder de manera eficaz a las necesidades comunicativas del centro y garantizar un uso responsable,



inclusivo y educativo de las redes sociales. En definitiva, este plan se concibe como una herramienta viva, flexible y en constante revisión, al servicio de la mejora continua y de la proyección positiva del colegio en su entorno.