

La Comunicación en Centros de Educación Infantil

Iñaky Fernández



Norma-tiva: protege al menor

- ❖ El Tribunal Supremo, en su sentencia de 30 de junio de 2015, declara ilegal la subida a la red de la foto de un menor cuando no exista consentimiento de los progenitores.
- ❖ Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor, de modificación del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil, publicada en el Boletín Oficial del Estado de 17 de Enero de 1996 (en adelante, también, «la ley de protección jurídica del menor»).

Precaución, más vale una mala foto que una mala opinión o una queja

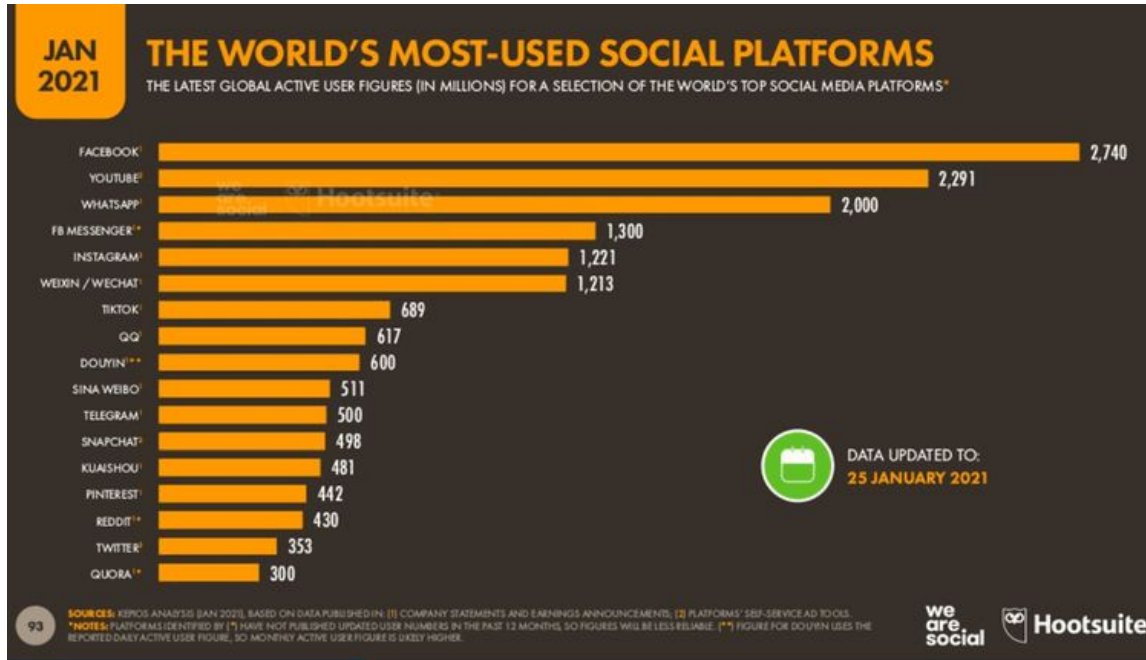


REDES SOCIALES

- ❖ ¿Necesito estar en todas?
- ❖ ¿Qué valor me aporta?
- ❖ ¿Whatsapp es una red social?



REDES SOCIALES

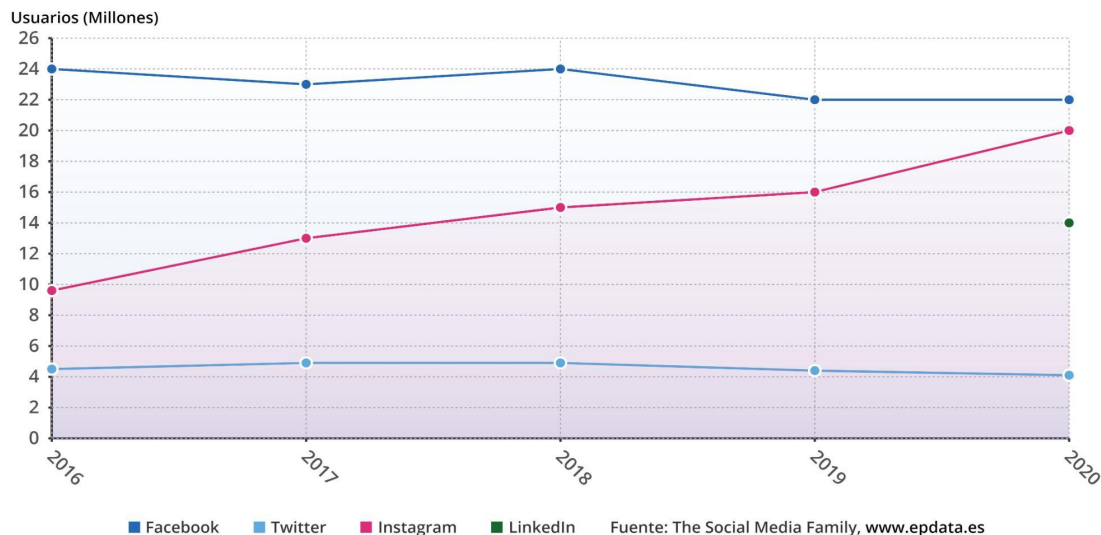


Nos comunicamos
en redes

¿Vivimos en las
redes sociales o
con ellas?

REDES SOCIALES

Evolución del número de usuarios en cada red social en las 50 ciudades más pobladas en España



¿Necesito estar en todas?

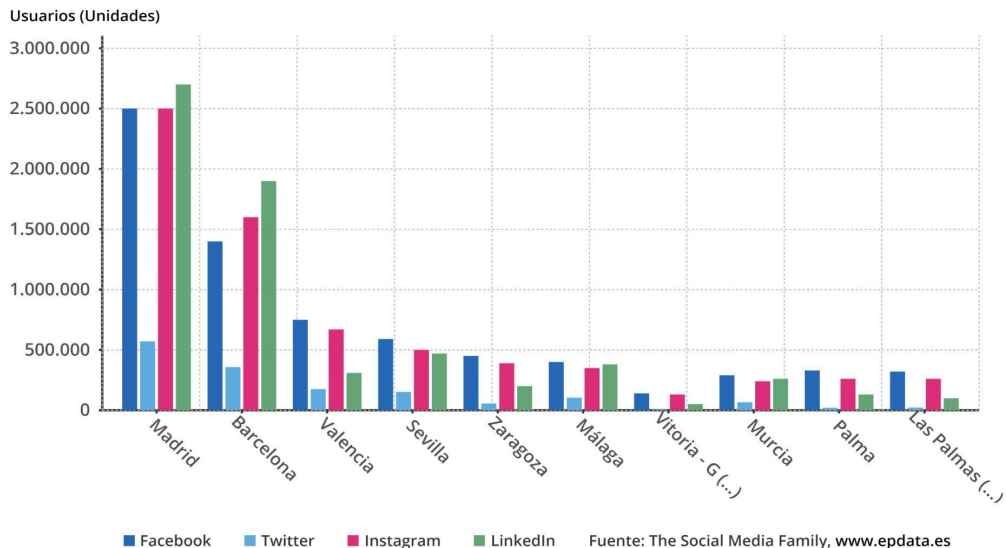
- ❖ La evolución de seguidores NO determina nuestra necesidad de estar presentes

¿Qué valor me aporta?

- ❖ Estar en todas las redes sociales de moda “puede” suponer más alcance pero...

REDES SOCIALES

Usuarios de cada red social en las diez ciudades más pobladas de España



Debemos preguntarnos

- ❖ ¿A quién nos dirigimos?
- ❖ Whatsapp pseudo-red

¿QUIÉN ES NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO?

**Publicamos todo en
todo momento o
hacemos una estrategia**

¿A quién queremos llegar con nuestras publicaciones?

¿Que tipo de publicaciones hacemos: serias, divertidas...?

Respondemos a los comentarios positivos/negativos

¿QUIÉN ES NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO?

Qué debemos publicar

- ★ Calidad e igualdad entre imagen y texto, no puede haber desequilibrio.
- ★ Información útil, información de sentimiento.
- ★ Hashtag relacionados.

- ★ Sobre nuestro proyecto educativo
- ★ Sobre los elementos diferenciadores con nuestra competencia directa
- ★ Sobre nuestro personal: profesoras/es, auxiliares, personal de limpieza y cocina...
- ★ Sobre las familias que colaboran....

Cómo debemos publicar

CALIDAD, CALIDAD Y CALIDAD



Una Escuela de Calidad, en todos los sentidos

- ❖ Imágenes: calidad y enfoque
- ❖ Buen contraste de luz
- ❖ Sin elementos extra mensaje
- ❖ Textos meditados no acelerados
- ❖ Método de trabajo en publicaciones

CALIDAD, CALIDAD Y CALIDAD

“ERRORES DE PUBLICADORES”

En respuesta a @guardiacivil @mossos

el tuit que os lo olvidáis



9:43 - 1 dic. 2017

49 Retweets 35 Me gusta



6 49 35

¿En plena movilización independentista?



¿Y a papá no ?

RS

Iñaky Fernández

CALIDAD, CALIDAD Y CALIDAD

“PUBLICADORES OK”

BODEGAS MURIEL
CD MORALZARZAL FUTSAL
TEMPORADA 2021/2022



Categorías
Chupetín
Benjamín
Alevín
Infantil
Cadete



Puertas abiertas - Ven y prueba

CONTACTA CON NOSOTROS
TELF. 639183116-687785975-666323699
www.moralzarzalfutbolsala.es
contacta@moralzarzalfutbolsala.es

 BODEGAS MURIEL  Clínica MONTAS  CARROCERÍAS  Solopizza



ESQUELA INFANTIL
La Luna

Abierto
plazo de
matriculación

CURSO 21/22

Telf. 667 589 486 - 91 856 32 51
www.escuelalaluna.com



RS

Iñaky Fernández

Comunicas o informas

Doble comunicación

- ❖ Interna para familias del centro
- ❖ Externa para futuras familias

**Debemos marcarnos
dos objetivos
Comunicar e informar**

Comunicas o informas

Comunicación Interna

- ❖ Hablamos de rrss no de circulares.
- ❖ Informar del día a día de l@s niñ@s.
- ❖ Mostrar el desarrollo del proyecto educativo del centro.
- ❖ Hacer llegar el cumplimiento de los puntos clave diferenciadores del centro.
- ❖ Compartir momentos especiales.
- ❖ Conseguir que las familias sean partícipes de la comunicación.

**Comunicación Interna
es la dirigida en RRSS
a las familias del centro**

Comunicas o informas

Comunicación Externa

- ❖ Mostrar el Centro y sus espacios.
- ❖ Dar a conocer el elemento diferenciador de la Escuela (Proyecto, extraescolares, comedor...).
- ❖ Nuestro proyecto: Pikler, Montessori, Reggio Emilia...
- ❖ Transmitir cercanía.
- ❖ La transparencia como eje central..

Comunicación Externa
damos a conocer en RRSS
nuestro centro y proyecto

Metodología de trabajo



Herramientas propias gratuitas

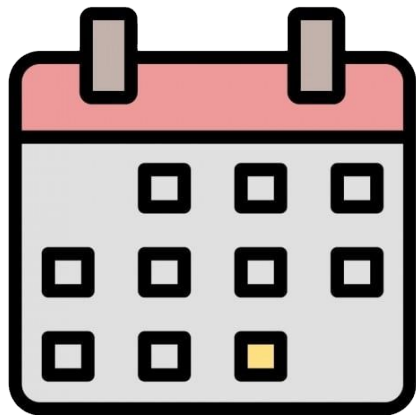
- ❖ Facebook: Creator Studio
- ❖ Twitter: Media Studio o Tweetdeck

Recomendación de metodología

- ❖ Google Drive: Hoja de cálculo
- ❖ Google fotos
- ❖ Mejor ordenador que móvil
- ❖ Analizamos las estadísticas de las publicaciones

¿Qué publico? ¿Cuándo lo publico?

La gran pregunta




Publicaciones obligadas

- ❖ Apertura plazo de matrícula en febrero-marzo
- ❖ Recordatorio mensual visita nuestro centro
- ❖ Conoce nuestro centro
- ❖ **Visita de familias**
- ❖ Arranque del curso
- ❖ Finalización del curso
- ❖ Actividades que definen nuestro proyecto
- ❖ Elemento diferenciador

RESUMEN

A tener en cuenta siempre

- ❖ Elegir no por moda sino por público objetivo las redes en las que vamos a estar presentes
- ❖ No dejar de publicar, hacerlo regularmente, no pueden pasar semanas sin tener una publicación
- ❖ Redifusión de Info de otras webs de interés familiar
- ❖ Difundir la participación de las familias en la vida de la escuela
- ❖ Poner en valor al personal (somos equipo)
- ❖ No entrar nunca en guerras en RRSS siempre se pierde
- ❖ Si se contrata publicidad en RRSS, hacerlo mediante **Publicidad display o programática** para llegar a tu público objetivo con más efectividad



La Comunicación en Centros de Educación Infantil

Iñaky Fernández

