

Redes sociales

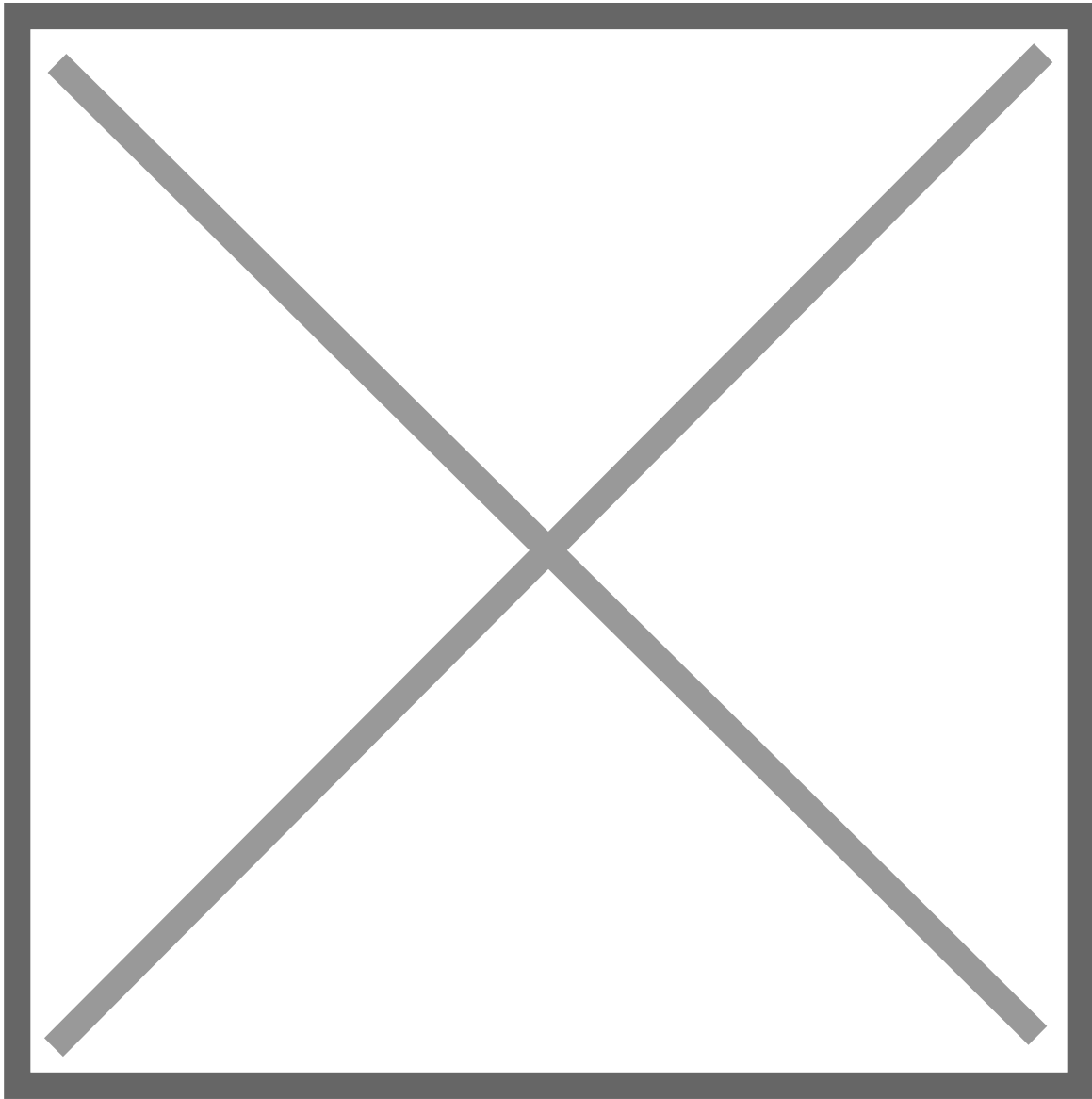
- Redes sociales
- Una red para cada público
- Hashtag
- Facebook pages y Meta
- Twitter
- Instagram profesional
- TikTok
- Pinterest
- Telegram

Redes sociales

Las redes sociales han introducido cambios en la comunicación interpersonal y, por lo tanto en la manera en que los centros se comunican con sus comunidades educativas. La presencia de los centros educativos en Internet y en las redes sociales va más allá de enviar una circular sobre el comedor o una actividad extraescolar, pretende, además de informar, comunicar tomando la interacción como base y poner en conocimiento y, por lo tanto, en valor, las fortalezas de sus proyectos educativos, de sus iniciativas y de sus expectativas de futuro.

Y, sin embargo, surgen dudas y oposiciones

Hace ya unos años, cuando las redes sociales eran todavía un futuro un tanto caótico, como ahora, se me ocurrió hacer este diagrama de mi presencia y mis amistades en las redes sociales y salió este batiburrillo que respondía entonces y responde ahora bastante a la realidad.



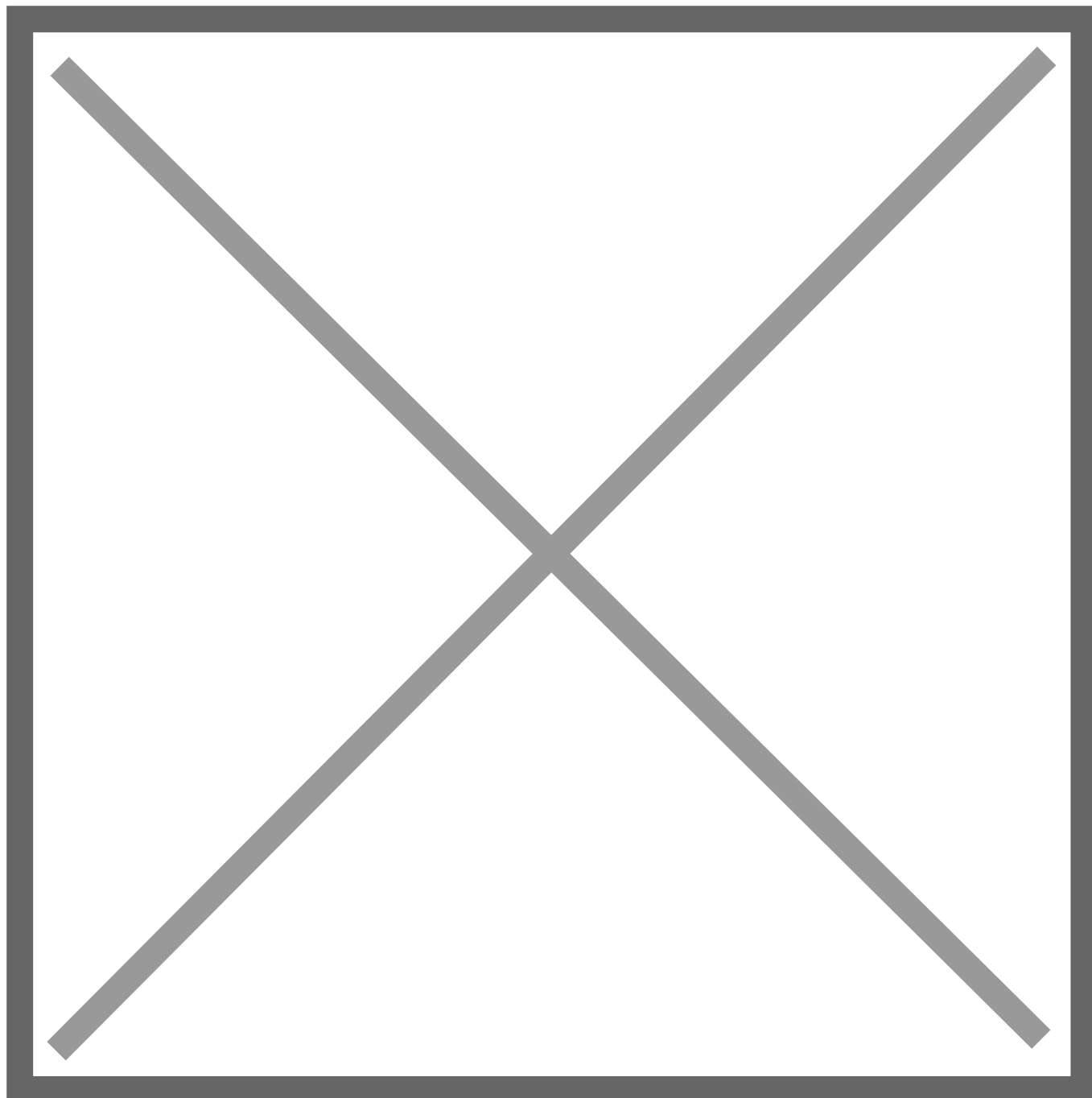
Hacemos bien en ser críticos con las redes sociales, de hecho debemos promover esa crítica entre nuestro alumnado porque es perfectamente constatable que las redes se pueblan de basura, sin embargo cabe preguntarse acerca de quién la produce, quién la propaga y quién la consume, como concluye la imagen inferior, las repuestas pueden sorprendernos.

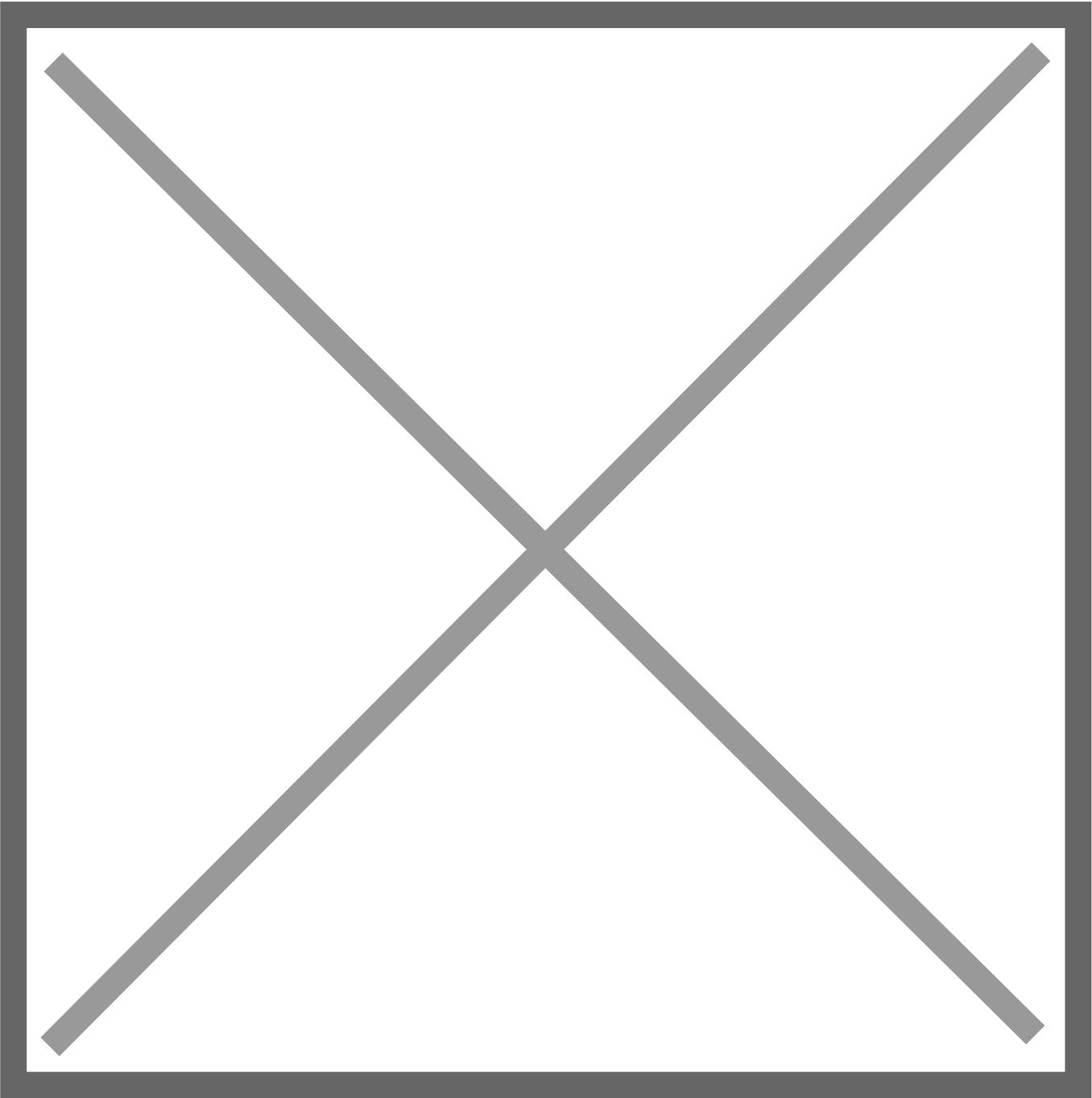


Sin embargo, no es menos cierto que en las redes sociales encontramos mucha información relevante, veraz y pertinente y los centros educativos encuentran en ellas no solo la oportunidad de comunicarse con su comunidad educativa sino también la de crear contenidos digitales y proporcionar a su alumnado ejemplos de saber estar en las redes, de que las redes también pueden ser el soporte para los contenidos que ellos mismos crean a través de sus proyectos y esos contenidos nos definen como centro.

Todas las redes sociales, desde las más tradicionales (como Facebook) hasta las más nuevas (como TikTok) son susceptibles de ser incorporadas al entramado comunicativo de nuestro centro, siempre en función de sus destinatarios. **Hacer un análisis de la presencia de nuestro público en las redes sociales** es el primer paso que deberemos dar.

El estudio que IAB Spain (una asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital presente en 47 países, la versión resumida del estudio puede descargarse desde el enlace) publica anualmente, puede proporcionarnos algunas pistas:





Una red para cada público

¿Para quién comunicamos?

Facebook

Facebook: Siendo, como es, la red más presente en los centros educativos (si no incluimos los blogs como redes sociales), su uso es un tanto anárquico y podemos encontrarnos desde perfiles hasta páginas pasando por grupos. Digamos, en primer lugar, que el referente de un centro tiene que ser su página, que los perfiles no son recomendables para los centros educativos y que los grupos han de reservarse para proyectos, equipos de trabajo...

Pero vamos con lo que nos importa: las destinatarias principales de Facebook son las familias que, por generación tecnológica, siguen usando esta red social mayoritaria, de forma que abuelos (*generación silenciosa* y *baby boomers*, que incluye también a algún padre tardío) y las generaciones *X* y *millenial*, que constituyen el grueso parental, son de Facebook (en este último caso junto con instagram en las edades más bajas del grupo sociológico). Si ese es nuestro público objetivo Facebook es nuestra red y allí irá la mayoría de las informaciones del centro, no sólo las dirigidas a las familias, ya que se trata de una página pública.

Twitter

Si lo que buscamos es conectar con otros centros, profesorado, universidades o las administraciones educativas... Twitter es nuestra red, una red que no es de amistades sino de intereses: seguimos lo que nos interesa, nos siguen quienes están interesados y no son los mismos seguidos y seguidores.

Pinterest

Pinterest: Es una red social para compartir contenidos que, previamente, hemos recopilado (curado en la literal traducción del inglés) y puede ser una herramienta clave para cosechar, de forma colaborativa, contenidos pedagógicos que, una vez organizados, podemos compartir directamente a través de Pinterest, de otras redes sociales o desde blogs y webs.

Existe una extensión de google para guardar esos contenidos directamente desde el navegador que puede resultar muy útil.

[Desde aquí puedes descargarlo y comprobar su funcionamiento.](#)

Youtube

Youtube es nuestra red generalista; disponer de un canal de Youtube para compartir nuestros vídeos de forma pública o privada, recopilará toda esa actividad filmada a lo largo de los años y facilitará que el profesorado pueda usar una cuenta institucional en vez de la suya propia, que es lo que se viene haciendo.

Telegram

Telegram: Seguro que en la mayoría de los centros existen grupos de Whatsapp, sin embargo no es la aplicación más recomendable para mensajería-chat interno y, mucho menos, para contactar con las familias desde la tutoría, por ejemplo. Telegram permite ocultar el número de teléfono personal lo que la hace ideal para centros donde las relaciones personales pueden deteriorarse y no queremos que nuestro número telefónico esté a disposición de todo el claustro; incluso podemos arriesgarnos a crear grupos con padres y madres o con alumnado porque los grupos y los canales, además de seguirse en los dispositivos móviles, pueden seguirse mediante una URL desde cualquier ordenador.

Instagram

Hemos dejado para el final Instagram para forzar la pregunta: ¿y el alumnado? ¿cómo comunicamos con el alumnado?. Obviamente mediante Instagram, si están en Facebook o Twitter, no lo usan apenas y será usando esta red de imágenes como podremos llegar a ellos. Pero no seamos ilusos, los post han de ser infográficos, integrando texto e imagen o en vídeo, incluir el contenido como pie de foto no nos garantiza que el mensaje se transmita.

Instagram también es de uso habitual en los tramos inferiores de la generación *milennial*, que corresponde a las edades de las familias más jóvenes de nuestros centros.

TikTok

Se trata de una red emergente de gran implantación entre los adolescentes y que plantea algunas utilidades educativas dignas de tener en cuenta.

En un centro tipo, esta sería la distribución de las redes sociales según el público al que van dirigidas:

<https://view.genial.ly/5e29698428fad705740a3e54>

Hashtag

La importancia de los hashtag

<https://view.genial.ly/601ad0400851510d760eb6dc>

Facebook pages y Meta

Pese a la pérdida de popularidad, Facebook sigue siendo la red social más conocida, la tercera más utilizada por las personas menores de 40 años y la más usada por los mayores de 40 años, por ello resulta imprescindible si queremos comunicar adecuadamente con las familias de nuestro centro.

Los dos errores más comunes que suelen cometer los centros son:

1. Crear un perfil en vez de una página, que sería el entorno ideal para un centro o un proyecto.
2. Crear la página con un perfil personal de un docente.

Nuestra recomendación es **crear una página en facebook desde una cuenta de correo creada expresamente para gestionar las redes sociales** y desde la que crearemos todas las redes (instagram, twitter, facebook...).

La llegada de Facebook Meta, ha añadido una excelente herramienta para administrar páginas que permite trabajar conjuntamente en Facebook e Instagram y, sobre todo, planificar nuestras publicaciones y hacer un seguimiento exhaustivo.

<https://view.genial.ly/630b9284dd784500113311ed>

15 consejos para usar Facebook

<https://view.genial.ly/5e2fdfa535ef460490cc0113>

[Anterior](#)

[Siguiente](#)

Twitter

Pese a la inestabilidad de esta red social desde su cambio de propiedad, Twitter es el lugar preferido por docentes, centros y administraciones para seguir contrapartes interesantes y ser seguidos por otros. No es una red que se caracterice por la netiqueta ni por la veracidad, sin embargo los contenidos educativos que comparte siguen haciendo que merezca la pena.

<https://view.genial.ly/5e3011de35ef460490ce1456>

Instagram profesional

Es la red preferida por el alumnado (junto con TikTok) y por las familias *milennials* (menores de 40 años)

Debemos recordar que en Instagram la imagen es primordial, por lo que tendremos que conseguir que la información se comunique a través de imágenes, infografías, vídeos... El pie de foto se lee raras veces y no admite vínculos, así que será necesario que el contenido sea suficientemente significativo.

En caso de tener que vincular, para evitar URLs largas, usaremos un acortador de URL tipo **bit.ly**

A diferencia de Facebook, Instagram sí que permite cambiar de perfil personal a perfil empresarial, de esta forma la cuenta de Instagram puede administrarse desde Meta conjuntamente con la de Facebook.

<https://view.genial.ly/633296b5a086c8001038d6e3>

Nueve consejos para Instagram

<https://view.genial.ly/5e3198bdea50d01562875627>

TikTok

No sabemos cuándo una red ha venido para quedarse hasta que no han pasado unos años (recordemos el furor de Tuenti). En este momento TikTok es una red en auge para adolescentes que puede hacer aportaciones a la educación nada despreciables.

<https://view.genial.ly/62494910fd635a0019b855e7>

Pinterest

Pinterest es una red social de colaboración sobradamente conocida, que usamos para guardar como pines contenidos web. La que, tal vez, resulte menos conocida es la extensión de google para guardar esos contenidos directamente desde el navegador y que puedes instalar desde este enlace. Te explicamos cómo funciona.

<https://view.genial.ly/63d8d635f37a2200135c95b3>

Telegram

Telegram permite ocultar el número de teléfono personal lo que la hace ideal para crear grupos de mensajería entre docentes, de tutoría con alumnado o con padres y madres o con alumnado porque los grupos y los canales (que muestran los mensajes enviados por los administradores, pero no dan opción a que los usuarios escriban), además de seguirse en los dispositivos móviles, pueden seguirse mediante una URL desde cualquier ordenador.

<https://view.genial.ly/60336ae6bbb6260d0e5ef8d4>