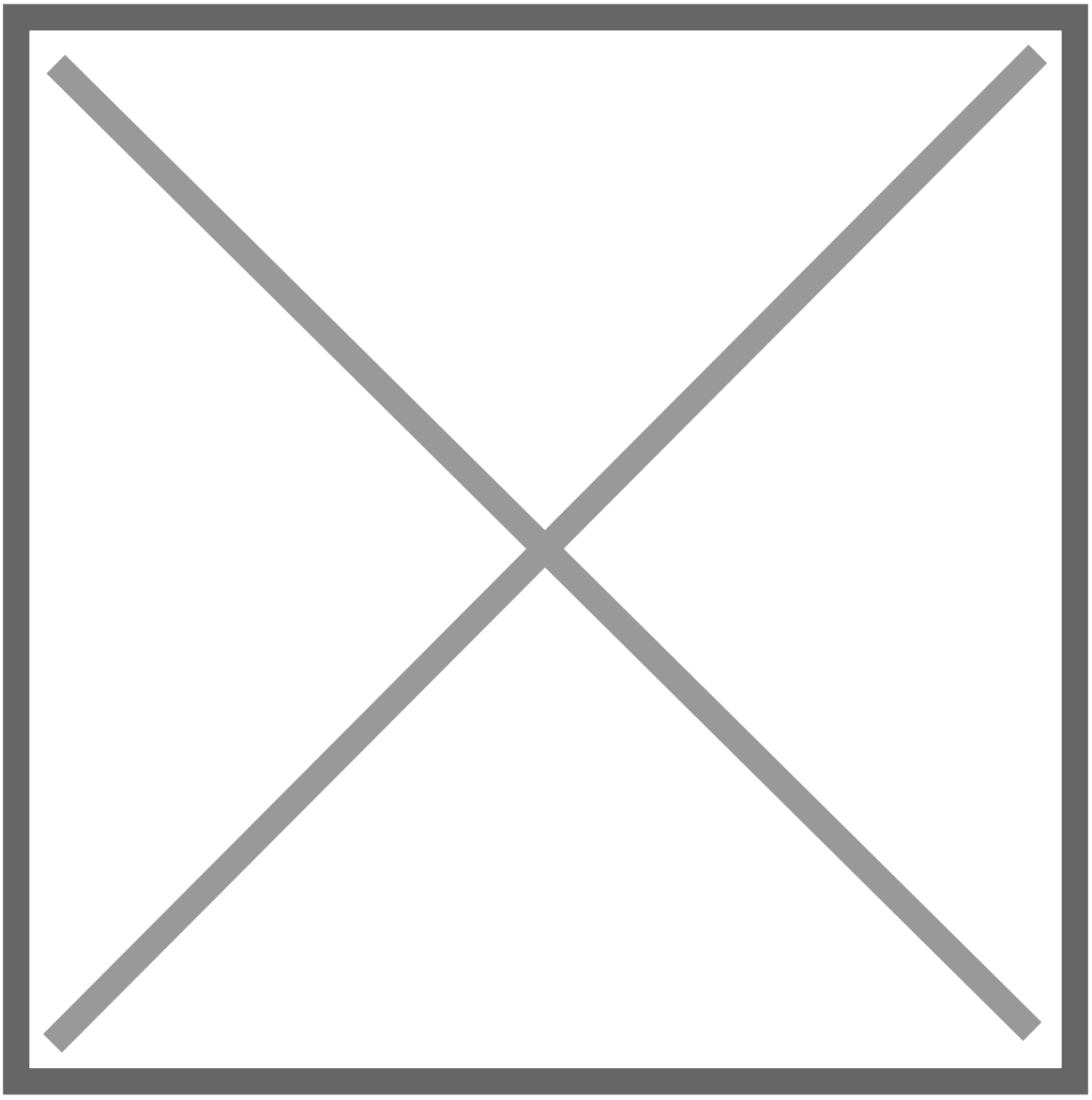
Redes sociales

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

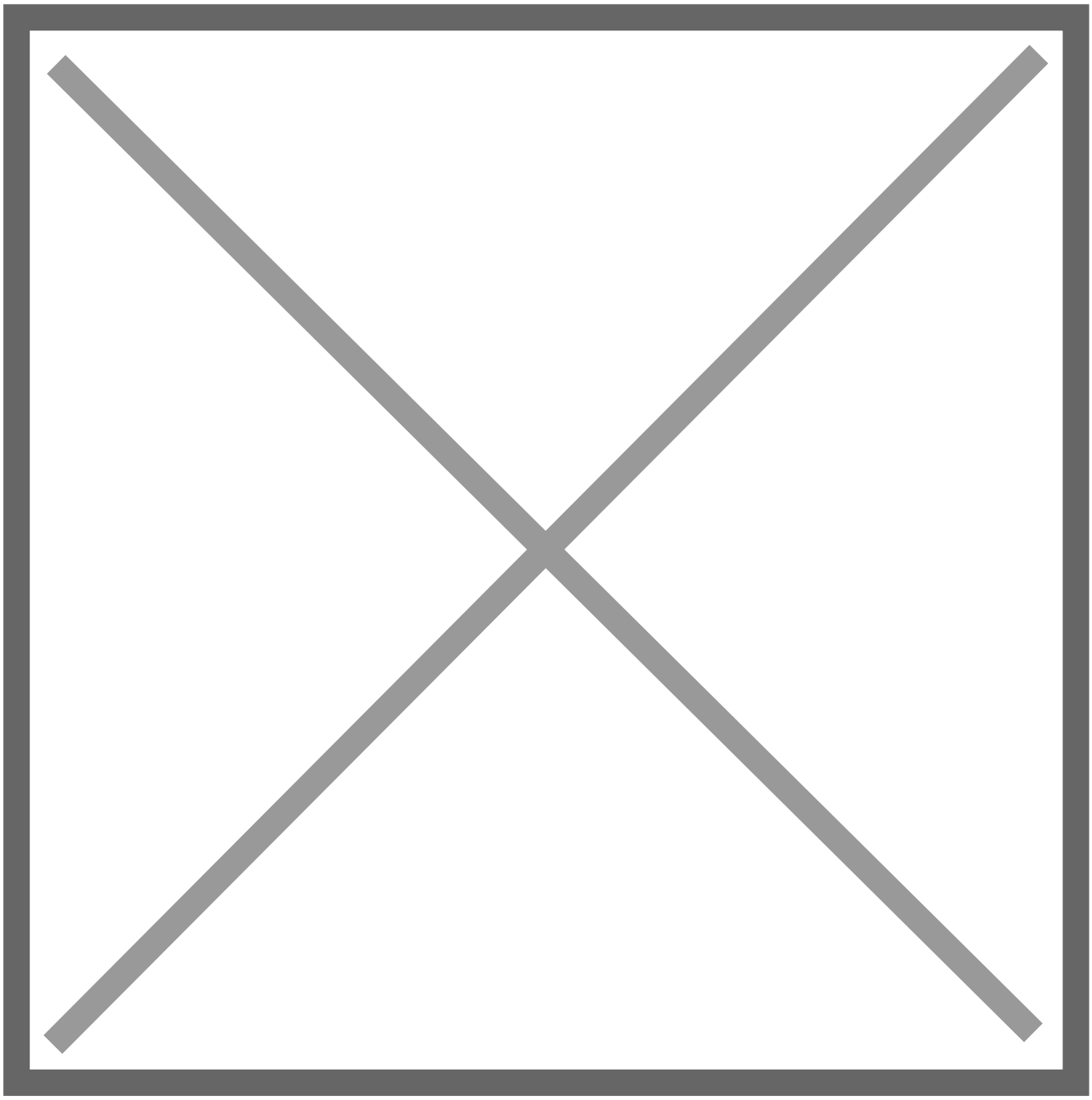
Hace ya unos años, cuando las redes sociales eran todavía un futuro un tanto caótico, como ahora, se me ocurrió hacer este diagrama de mi presencia y mis amistades en las redes sociales y salió este batiburrillo que respondía entonces y responde ahora bastante a la realidad.

Copyright 2026



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.

Copyright 2026

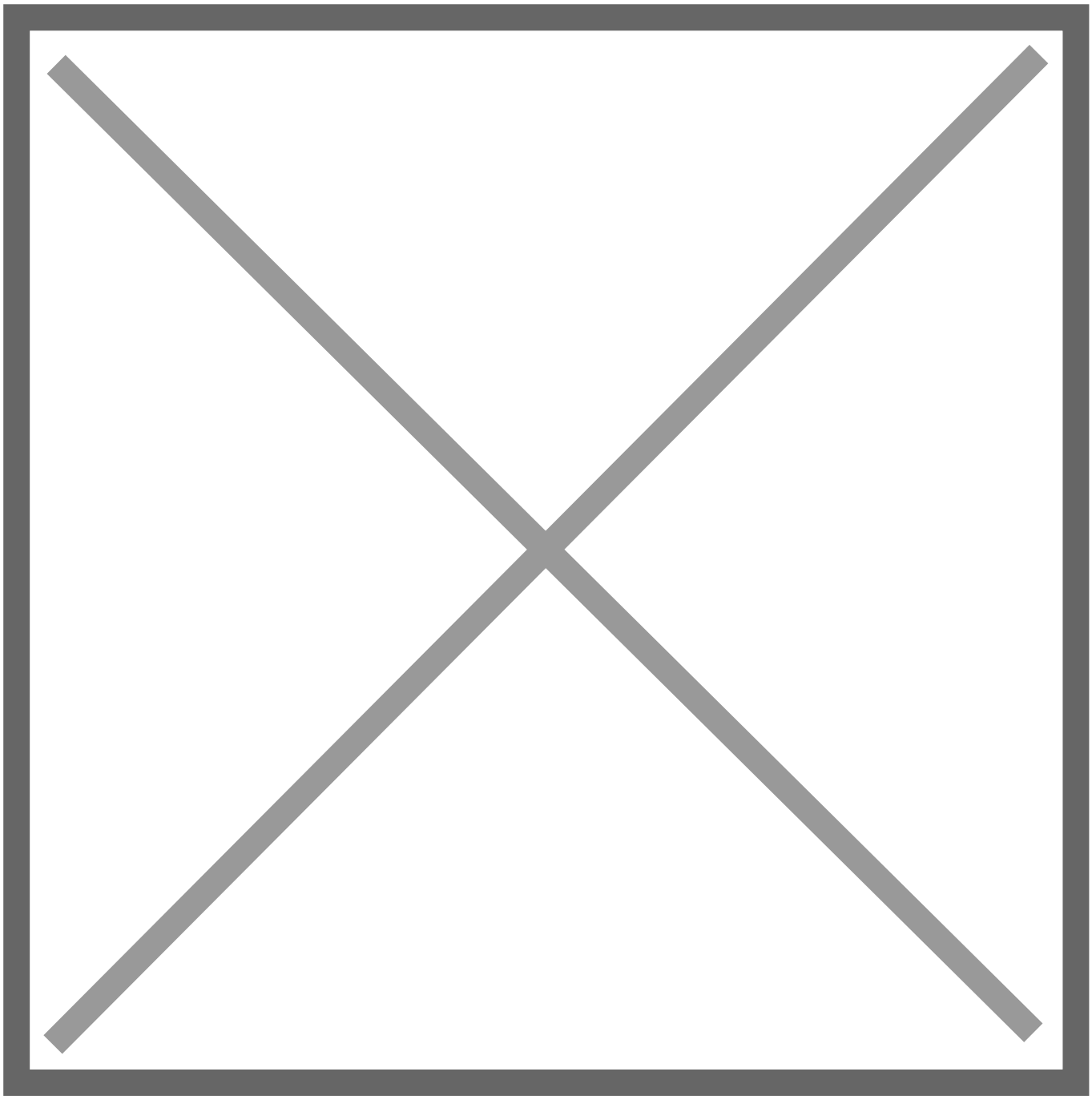


Sin embargo, no es menos cierto que en las redes sociales encontramos mucha información relevante, veraz y pertinente y los centros educativos encuentran en ellas no solo la oportunidad de comunicarse con su comunidad educativa sino también la de crear contenidos digitales y proporcionar a su alumnado 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.

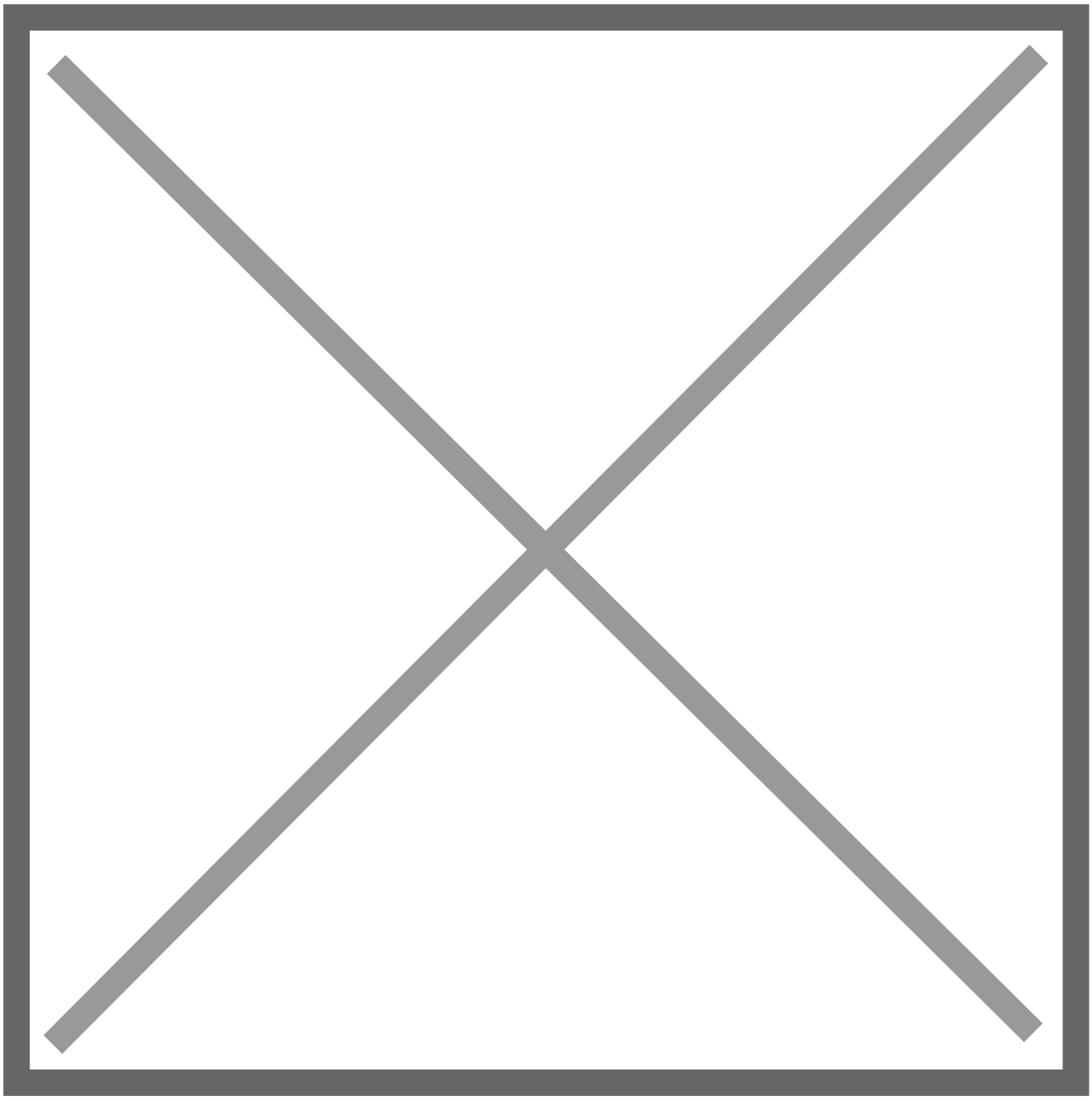
Copyright 2026

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:



Copyright 2026



Revision #1
Created 2025-01-31 12:43:38 CET by Chefo Cariñena
Updated 2025-01-31 13:11:17 CET by Chefo Cariñena

Copyright 2026