

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO EDUCATIVO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Eva Jiménez Tenza

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga (España)

evitamuriele@hotmail.com

María Ángeles Cabrera

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga (España)

mac@uma.es

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación y su impacto en la sociedad propone nuevos retos educativos y comunicativos en los centros de formación. La virtualidad, la inmediatez, y la permanente necesidad de estar conectados impulsan a los alumnos de nuestras universidades y centros educativos a tener que responder a las demandas del entorno de forma activa y responsable.

Este trabajo se propone analizar de qué forma se introduce en el currículo educativo el uso pedagógico y corporativo de las redes sociales, con el fin de valorar la necesidad de incorporar y formar profesionales de la comunicación en el ámbito educativo para desarrollar esta actividad.

A partir de la reflexión y la experiencia en el ámbito educativo del profesional de la comunicación, se analizarán los entornos mediáticos en los que se insertan los integrantes del medio educativo. Se trabajará de forma cualitativa la percepción que los propios alumnos tienen de las redes sociales y qué uso corporativo se realiza desde las mismas en el ámbito educativo.

Las conclusiones del trabajo reflejan el uso que los alumnos hacen de las redes de comunicación social y la importancia de la interactividad en el ámbito educativo. Se constata el dinamismo que las redes sociales adquieren como elementos corporativos de la entidad educativa a partir de su gestión por parte de profesionales de la comunicación instruidos en el uso eficiente de las mismas.

Palabras clave: educación, redes sociales, comunicación corporativa, desafíos profesionales, interactividad

Área temática: Periodismo digital y nuevas tecnologías

Eva Jiménez Tenza es Doctoranda en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga y diplomada en Ciencias de la Educación (Maestra en Lengua Extranjera – Inglés), miembro de LABCOM, grupo de investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga y docente y encargada de las TICS en el Colegio Sagrada Familia “El Monte” de Málaga. Actualmente prepara la tesis doctoral acerca del uso de las redes de comunicación en el ámbito educativo.

María Ángeles Cabrera es Profesora Titular de Periodismo en la Universidad de Málaga y directora del grupo de Investigación *Labcom* SEJ-389. Actualmente es la coordinadora nacional del proyecto de investigación en I+D+i que lleva por título: *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*, con Ref. CSO2012-38467-C03-01. Autora de numerosas publicaciones sobre Internet y los medios de comunicación, la más reciente titulada: *Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma*.

Este trabajo forma parte de la investigación desarrollada dentro del proyecto nacional de I+D+i titulado "Innovación y desarrollo de los cibermedios en España" que financia el Ministerio de Economía y Competitividad, en concreto, dentro del subproyecto: "Aplicaciones y tecnologías para la producción, distribución y consumo de información. Ref. CSO2012-38467-C03-01.

1. USO PEDAGÓGICO DE LAS REDES SOCIALES

Como afirma Marina Ramos Serrano (2008):

La importancia que está adquiriendo internet como mediador social y su convergencia con otros medios, como el móvil o la televisión, pone de manifiesto el triunfo de la comunicación frente a la tecnología. En este sentido, aquellos detractores de las nuevas tecnologías se equivocaban cuando afirmaban que aislaban al individuo. Lo cierto es que las dos tecnologías más importantes de los últimos años, el móvil e Internet han favorecido, incluso potenciado las relaciones sociales (p.46).

Por otra parte, Rosalba Mancinas Chávez y Antonio I. Nogales Bocio (2011) se refieren a las redes sociales diciendo:

Cuando estamos llegando a finales de la primera década del siglo XXI, las redes sociales on line están revolucionando los parámetros del mundo de la información: en los medios de comunicación, en la comunicación institucional o empresarial y en el marketing, pero sobre todo, en la comunicación interpersonal (p.667).

Desde esta perspectiva, las redes sociales on line son herramientas que estimulan la creación de redes sociales humanas, las cuales han existido siempre, pero se potencian ahora en gran medida con las facilidades que ofrece la web. Este aspecto implica una visión positiva de esta realidad que se está presentando. Además, los autores citados fijan la realidad de las redes sociales como sitios en Internet diseñados para facilitar al usuario el contacto personal a través de la publicación de un perfil.

De esta forma, podemos definir las redes sociales como modos de interacción social, un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Y como un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Las aplicaciones de una red social son tantas como podemos imaginar, desde la puesta en común de información de actualidad hasta la aplicación al ámbito docente, político, religioso, etc., sin olvidarnos de las múltiples modalidades de relación interpersonal.

Nuestro estudio parte de una realidad observada en el día a día en el ámbito educativo. Desde temprana edad, los alumnos de nuestros centros educativos tienen

acceso a las redes sociales. Facebook, Tuenti, Twitter o servicios de mensajería instantánea móvil como Whatsapp o Kick Messenger son empleados para comunicarse con el resto de sus compañeros, abrir una ventana con el entorno más cercano o lejano, o simplemente, encontrar una herramienta con la que conocer de primera mano lo que ocurre en el mundo. Éstas son las principales motivaciones para su uso. Los alumnos de doce años se encuentran ya en esta rueda virtual simplemente con instalar un juego on line en su dispositivo móvil o consola y a través de los 140 caracteres de twitter con los que están permanentemente informados de las novedades de sus ídolos. Se permiten retuitear, responder, fotografiar, incluir enlaces, etc., con un solo móvil y en cualquier momento o lugar.

Esta es la realidad, pero ¿cómo plantearnos como docentes entrar en esa realidad virtual creada por los alumnos? La respuesta no es sencilla. Los mismos profesores en ocasiones desconocen el uso de los dispositivos móviles, de las herramientas de comunicación, el lenguaje empleado, etc. Además, existe cierta inquietud a interactuar de tú a tú con el alumno en un entorno público y al mismo tiempo privado. Ciertas variantes entran en juego. Por un lado, ¿es necesario que el profesor conozca el entorno virtual, TIC o el “juego” de las redes sociales?, ¿cómo debe participar de esta nueva realidad?, y por último, ¿cómo educar en esta nueva realidad?

Empezaremos analizando una de las competencias básicas que se trabajan en educación, y es el tratamiento de la información y la competencia digital. Para ello, nos detenemos en entender qué son competencias básicas según las leyes educativas. La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, LOE, en su Preámbulo, hace ya referencia, entre otros asuntos, a la necesidad de cohesión social, al aprendizaje permanente a lo largo de la vida y a la sociedad del conocimiento e introduce el término competencia básica por primera vez en la norma educativa. Además fija la definición de currículo “como el conjunto de objetivos, competencias básicas, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación de cada una de las enseñanzas reguladas en la presente ley”. También el proyecto de Ley Orgánica de Mejora de Calidad de la Enseñanza, LOMCE (2013) coincide en poner el énfasis en el modelo de cambio educativo del currículum basado en las competencias básicas.

Como el mismo Ministerio de Educación marca en el documento, las competencias básicas se sintetizan como imprescindibles, ya que constituyen un saber, un saber hacer y un saber ser. Con ellas, los alumnos deben ser capaces de resolver situaciones en diferentes contextos y según diferentes funciones. El aprendizaje por competencias es más dinámico, ya que no tiene límites (es un continuo en cada

persona según sus propios aprendizajes y adquisiciones) y además, es evaluable. La dinámica del aprendizaje rompe entonces con las asignaturas prefijadas, y permite trabajarlas desde las distintas capacidades o competencias. Así, aunque los alumnos se enfrenten a una asignatura de matemáticas, en ella trabajarán la competencia lingüística, la cultural o artística e incluso la competencia social o ciudadana, por lo que se aporta un aprendizaje más completo, con el que los alumnos van creciendo a lo largo de su proceso educativo.

Según el Real Decreto de 2007, y siguiendo las recomendaciones de la Unión Europea, la competencia relativa al Tratamiento de la Información y competencia digital, que es la que nos permite introducir las redes sociales y su estudio y uso en las aulas, consiste en “disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento”. Las habilidades relacionadas con esta competencia tienen que ver con el acceso a la información pero también con su transmisión en distintos soportes. El tratamiento de la información debe partir de un uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación como un elemento esencial para informarse, pero también para aprender y comunicarse. Para ello se requiere un dominio de los lenguajes específicos básicos y un criterio a la hora de aplicar estas tecnologías y conocimientos. Esta competencia no asegura que los alumnos sean capaces de disponer de la información como forma automática de conocimiento y por ello es necesario educar en ella.

En este sentido, transformar la información que los alumnos reciben en conocimiento y aprendizaje exige determinadas destrezas de razonamiento para organizarla, analizarla, sintetizarla e ir reduciendo los niveles de complejidad. De esta forma, se hace necesario un uso pedagógico diferente al actual, incluyendo el trabajo con la competencia digital. Para ello, entra en funcionamiento también, el aprendizaje por parte de los docentes de esta competencia y cómo trasladarla a los alumnos. La integración de esta competencia en el aula hace que nuestros alumnos se acerquen más a la realidad que les rodea, teniendo en cuenta que el aprendizaje debe estar basado en prepararlos para su vida futura, para ser dueños de su propia comunicación en el futuro.

Centrándonos en el uso pedagógico de las redes sociales, podemos afirmar que hoy en día la inmediatez y la comunicación son herramientas muy útiles a la hora de enseñar en cualquier nivel educativo. El uso de plataformas virtuales de enseñanza, así como el uso de blogs educativos, wikis o espacios multidisciplinares nos ayudan a

avanzar significativamente en las metodologías educativas y en la evaluación del propio proceso educativo.

Nuevas corrientes, como las trabajadas por Montserrat del Pozo, en su libro "Aprendizaje Inteligente" (2009), y basadas en su propia experiencia en los centros educativos que dirige, aportan nuevas visiones acerca de la comunicación digital con el alumno. Los portfolios digitales trabajados con aplicaciones como Evernote, dejan constancia del nivel de cada alumno, de su trabajo diario, de su proceso educativo y a través de ella, por ejemplo, podemos comprobar sus aptitudes acerca de la competencia digital y su desarrollo en las redes sociales. Trabajar en un aula a través de internet permite expandir el aula más de allá de las cuatro paredes que la encierran, destruyendo además, las barreras del tiempo. Se apuesta entonces, por un aprendizaje dirigido del alumno, pero con ciertas notas de libertad. Esto quiere decir, que el uso de las redes sociales o plataformas virtuales de enseñanza nos abren nuevas posibilidades educativas y al mismo tiempo nuevos retos que superar.

Pero, partamos de una realidad. ¿Qué percepción o uso tienen los alumnos de las redes sociales? ¿Las pueden entender en un contexto educativo?

Los alumnos aprenden y comprenden la realidad que les rodea a través de las competencias como acabamos de ver. En diversos estudios y gracias a la propia experiencia, hemos comprobado que los alumnos están muy familiarizados con el entorno virtual. Desde los doce años aproximadamente son usuarios de twitter, facebook, correo electrónico, etc. Según el último informe presentado recientemente por la Fundación Alia2, "Informe 2014, educar para avanzar", se pone de manifiesto que los menores, en este caso de la provincia de Málaga donde se ha realizado el estudio, no realizan un uso seguro de internet. Un 40% de los alumnos de 6º de Primaria (con doce años) no tiene ningún control sobre quién puede ver sus fotos o vídeos en sus redes sociales, y más de un 25% asegura que en sus perfiles cualquiera puede consultar sus datos de contacto (teléfono, domicilio, intereses particulares, etc.).

Otra realidad es la de los contactos que los alumnos hacen por internet. Un 18% de los encuestados en este informe asegura que en las redes sociales tienen contactos agregados que no conocen de nada. Un 19% de los alumnos confiesa que mantiene conversaciones con desconocidos por internet.

Pero, ¿es esta la realidad de unos pocos alumnos? ¿Por qué educar en esta realidad en la que no todos están implicados?

Actualmente, y según los datos del estudio aportado anteriormente, los alumnos de secundaria realizan un uso masivo de internet. El 40% de los alumnos encuestados de 13 a 16 años se conecta 3 ó más horas al día a internet y un 44% entre 1 y 3 horas diarias. La mayoría de ellos (un 84%) lo hace a través del móvil, además del ordenador portátil (un 63%) o tablets (29,3%). También, un 25% de los alumnos de secundaria se conecta a internet a través de los videojuegos, un campo al que conviene prestar una atención especial porque no suelen conocer con quién juegan on line.

¿Qué podemos aportar como docentes a esta realidad? Un uso pedagógico, aprovechando que ya usan las redes, podemos a partir de ellas aportarles algo diferente a los alumnos. Tan sólo un 30% de los alumnos usa la red para buscar información y realizar tareas escolares, cuando “todo” puede estar presente en la misma. La red se usa para conectarse a las redes sociales, chats y foros (más de 40%) y para jugar, el ocio o el entretenimiento (28%).

¿Estamos perdiendo entonces la batalla frente al mal uso de las redes? ¿Cómo mostrar una nueva realidad virtual relacionada con la educación? ¿A qué otras dificultades nos enfrentamos?

Además de la falta de interés por aprender, nuestros alumnos suelen conocer bastante mejor que nosotros el entorno virtual, y por supuesto, mejor que la mayoría de sus familiares. En ocasiones, los alumnos gozan de un “nulo control parental” en el acceso a las redes. Tan sólo un 12,4% de los alumnos han aportado su contraseña de redes a sus padres. Sólo un 5% de los padres usan programas de control parental y más de un 47% afirma que sus padres “no tienen ningún control sobre ellos y su acceso a internet”. Ante estas cifras no es extraño encontrarnos con multitud de casos de acoso en la red o Cyberbullying que influyen en el desarrollo de los alumnos y de la sociedad que les rodea.

Entonces, y más allá de las aplicaciones desarrolladas para proteger a los alumnos del acoso en Internet, redes sociales o móviles ¿es necesario educar en las redes? Sin duda alguna, sí. En un perfil de internet se dicen, se muestran y se comparten muchas cosas, entre ellas, multitud de información personal. La mejor forma para conocer qué se debe y qué no se debe hacer en la red es conociéndolas por dentro y siendo conscientes de sus potenciales educativos y al mismo tiempo sociales. Insertar la realidad virtual en el currículo educativo se muestra además, como una auténtica necesidad.

Por tanto, una de las primeras preguntas planteadas era si el profesor debía conocer el uso y la forma de las redes sociales. Desde este nuevo paradigma educativo, la respuesta también es sí. Debe apostar por una mejora en la comunicación, una inmediatez y una amplitud de recursos, teniendo en cuenta que éstos siempre van a avanzar y perdiendo el miedo a aprender nuevas situaciones, ya que en muchas ocasiones, los propios alumnos avanzarán a un mayor ritmo y a una mayor rapidez.

Por otra parte, otra cuestión planteada es la de la participación en la nueva realidad. En muchos centros educativos se ha comenzado con la creación de una página web. A partir de ahí, se han conectado a plataformas virtuales con padres, educadores, alumnos, profesores, etc. El siguiente paso en ocasiones ha sido la creación de blogs o wikis por parte de profesores y alumnos. Muchos centros disponen ya de cuentas en redes sociales como facebook o twitter. ¿Cómo participar y aprovechar mejor todo esto? Ante todo, hay que proponer una buena gestión de los recursos e ir avanzando según las propias necesidades. Hay que evitar duplicidades y cierto “descontrol” en la organización de la realidad virtual de la educación. La idea propuesta es avanzar despacio pero con ritmo, desde el entorno más cercano (el grupo – clase), pasando por las diversas asignaturas o departamentos, hasta acabar en el nivel institucional. Y esto nos lleva a un siguiente nivel en nuestro estudio: ¿Quién debe gestionar la comunicación en las empresas docentes?, y por otra parte, ¿qué niveles existen de comunicación digital para ser gestionados?

2. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO EDUCATIVO

La comunicación en educación está muy relacionada con el nivel en el que estamos hablando. La comunicación que un profesor tiene con sus alumnos varía según los intereses de unos y otros y avanza de una forma u otra conforme los alumnos crecen. Siempre que hablemos de un uso pedagógico de las redes sociales, se estará estableciendo una comunicación basada en el aprendizaje y el conocimiento. A partir de ella, los profesores pueden, a través de las herramientas antes mencionadas, construir, interactuar con sus alumnos, proponer encuentros educativos con otras etapas, incluso con otros centros, etc. Estaríamos hablando entonces de un uso basado en la transmisión, percepción y recogida de información. Ésta, al estar volcada en la red puede ser consultada por todas las personas afines a ese entorno educativo. El uso de contraseñas se puede emplear para evitar filtraciones relativas a la confidencialidad de los menores, ya que existen ciertas medidas que ayudan en este aspecto. Pero la inmediatez que nos proporciona la red se convierte en una ventaja para nuestro trabajo diario.

En este sentido, el intercambio de información se realiza entre los profesores, alumnos y padres que trabajan sobre un mismo tema. Este tema, generalmente propuesto por el profesor, se encuentra dentro del currículo educativo establecido y normalizado, con plazos de entrega, normas de disciplina, correcciones y evaluaciones. La idea es trabajar desde el aula y ampliar la realidad de los alumnos de la clase a la casa, y de ahí a la sociedad. Este primer nivel de uso y gestión de las redes sociales corresponde al profesor que imparte el área y que comparte con sus “clientes – alumnos” la información que desea transmitir. Las primeras experiencias, conectan diariamente al profesor con sus alumnos y padres y favorecen la interacción entre ambos. ¿Qué necesitamos para concretar este nivel comunicativo? Primero, un conocimiento de las redes sociales o los elementos virtuales que vayamos a emplear. En segundo lugar y no menos importante, tiempo. Tiempo para controlar las respuestas de los alumnos y guiar el trabajo. Y por último, un registro en el que poder evaluar el trabajo propuesto por los alumnos. Con evaluación no nos referimos tan sólo a una prueba cuantitativa, ya que surgen múltiples opciones alternativas cuando introducimos nuevas metodologías en las aulas.

La adaptación a las redes sociales de los alumnos que pasan por nuestras aulas, debe ir acompañada de un uso estratégico de las redes sociales por parte del entorno educativo. Las empresas educativas, principalmente las privadas o las que dependen de una gestión económica privada y no pública, están mejorando su relación con las redes sociales cuando incluyen el uso de las mismas en sus planes de innovación y de marketing. Desde estos dos puntos de vista tan diferentes, los centros educativos están volcando continuamente información a las redes. Por un lado, desde las propias cuentas institucionales y por otro, mediante el control y el uso de estas redes con fines pedagógicos.

Así, en este estudio avanzamos hacia el nivel en el que los centros educativos se convierten en empresas y necesitan de una comunicación efectiva, veraz y fácil de transmitir. En el día a día son muchos los momentos comunicativos que se producen en una empresa educativa, teniendo en cuenta, que como toda empresa, tiene unos clientes a los que dirigirse, unas normas que respetar y sobre todo mucho que comunicar. Si hablamos de niveles educativos inferiores, aunque los clientes de la empresa educativa sean los alumnos, sus padres y educadores están muy presentes en esta realidad, y deben ser tenidos en cuenta como los principales receptores de la información que se quiere transmitir. Como la misma Montserrat del Pozo asegura, “nuestras paredes hablan” (2009) y éstas (rellenas de carteles, exposiciones y trabajos realizados por los alumnos y sus propios profesores) son las que identifican al centro

educativo en un primer momento. La identidad corporativa de estos centros debe estar normalizada siempre, y se debe respetar el uso de los elementos básicos de la comunicación como el logotipo o el escudo. Quienes pertenecen a las comunidades educativas deben conocer estos aspectos básicos de identidad e imagen y ponerlos en práctica. En este punto, establecemos un breve contacto entre el mundo educativo y el comunicativo. Debemos aprender a conocer cuáles son nuestros puntos fuertes y débiles, cuáles son los que queremos transmitir y comunicar y más importante aún, cómo lo queremos hacer.

Y con ello, llegamos a un nuevo nivel. No podemos quedarnos en “el uso de un mismo membrete para las circulares escolares o las matriculaciones universitarias” (Del Pozo, 2009). Nos encontramos ante una nueva realidad paralela a la que hasta ahora conocíamos. Una realidad virtual en la que la información que circula es muy rápida pero también volátil y que hay que saber controlar y dosificar. Las actividades que se realizan en los centros educativos son dadas a conocer por los profesores e incluso los propios alumnos prácticamente en el mismo momento en el que se están realizando. Nuestra red social se convierte en nuestra pantalla a la sociedad. Cada uno de los “tweets” o de las publicaciones en facebook se transmiten o no rápidamente según la apreciación del cliente que las está consultando. ¿Cómo cuidar qué es lo que se muestra en la red social de la empresa educativa? ¿Cómo hacer la red social corporativa?

Desde hace aproximadamente un año se ha observado un incremento en el uso de las redes sociales por parte de las empresas educativas en relación con este fin comunicativo. Se han creado cuentas informativas en las que trasladar lo que se realiza en los centros educativos, además de avisos, sugerencias, etc. Ésta es además, una forma de hacer partícipes a todos los implicados en la educación de los alumnos de la realidad de la empresa educativa, fomentando así entre todos una mejora de los recursos disponibles, como el tiempo o el espacio.

En este trabajo apostamos por una capacitación específica del encargado de estas funciones. La función del coordinador de las redes sociales en el centro debe estar bien definida y basada en el trabajo cooperativo en el que el resto de la comunidad educativa participa. Y debe saber comunicar. Un mismo perfil de comunicador y docente no es habitual. Se necesita de una persona que conozca a la empresa para la que trabaja y al mismo tiempo pueda controlar el flujo de información que ésta desarrolla.

Apostamos entonces, por el perfil del comunicador en la empresa educativa. Para la construcción de la comunicación debe haber una formación previa, un estilo y un saber hacer para el que está preparado el comunicador. Desde la experiencia, la comunicación siempre estará mejor gestionada por la persona que conoce las herramientas, los flujos que se producen y que además, sabe cómo dar respuestas a los interrogantes que se plantean cada día. Un comunicador debe saber cómo atenuar una crisis, cómo dar a conocer los puntos fuertes de la empresa y cómo trabajar en los puntos débiles de la misma para alcanzar el grado de satisfacción adecuado. La realidad impone el conocimiento, y así, de la misma manera que se apuesta por una formación en comunicación para los alumnos, apostamos por una formación en este ámbito para los docentes, y por una formación profesional del comunicador especialista en esta área.

En ese sentido, desde las instituciones educativas se debe considerar la importancia de un gabinete de prensa, o más genérico, de comunicación, presente en la entidad ya que como afirma María José Stanek Fermín (2008): “El gabinete de prensa es un instrumento para poner en contacto a dos grupos: la organización que quiere decir algo y los medios que quieren saber algo” (p.131). Acerca de la profesionalización de la persona encargada de gestionar la comunicación Stanek afirma “muchos de los integrantes de los gabinetes que en este momento operan están formados por periodistas” y continúa: “situarse en el otro lado del mostrador avanza en la profesionalización de la tarea de comunicar. Conocer y comprender los medios permite que desde los gabinetes se pueda llevar a cabo de una forma más eficaz este quehacer de transmitir”. Aunque se esté hablando de un entorno educativo, éste en este sentido tiene que ser considerado como una empresa y como tal, la comunicación deber ser un valor estratégico. Como afirma Stanek, “la fiabilidad, la veracidad y la responsabilidad son principios que deben inspirar esta tarea de comunicador”.

3. CONCLUSIONES

El presente trabajo responde a algunas cuestiones que la práctica en educación ha ido planteado en los últimos años. La sociedad de la comunicación se ha introducido de lleno en las aulas y el entorno educativo, creando necesidades que exigen una nueva preparación.

La primera conclusión que se extrae de este trabajo es la importancia de educar en las redes sociales y con las redes sociales a nuestros alumnos para que dominen sin ser

dominados, el tratamiento de la información y la competencia digital. Hemos comprobado que los alumnos deben estar preparados para el futuro, y ese futuro pasa hoy por la realidad virtual. Además, podemos educar a nuestros alumnos en un buen uso de estas redes adelantándonos a los problemas que pueden derivarse de su mal uso. Apostar por un aprendizaje completo preparará a nuestros alumnos en el camino correcto.

Esta afirmación nos lleva a un segundo aspecto, la formación del profesorado. Éste debe estar receptivo y preparado ante la nueva realidad que se le presenta. Sin ignorar las propias limitaciones y que probablemente los alumnos avanzarán mucho más deprisa que los docentes, conviene estar preparados para innovar y establecer nuevas rutinas en la educación que partan de la realidad virtual y la tengan en cuenta.

La tercera conclusión deriva de la importancia de usar pedagógicamente las redes sociales. Empleando las mismas en nuestra tarea diaria, en la educación de los alumnos, se romperán algunas barreras básicas de tiempo y espacio que ayudan a hacer la educación más eficaz y real, ya que responde mejor a las características del mundo en el que vivimos. Además, con este uso estaremos formando a los alumnos para su futuro construyendo un presente, y les haremos competentes tal y cómo se pide en los estándares educativos actuales.

Usar las redes sociales como elementos de comunicación corporativa es otro de los aspectos a tener en cuenta y que se derivan de este trabajo. Comprobamos la importancia de estar en la red y de comunicar a través de las redes sociales como empresas educativas. Los “clientes”, ya sean los alumnos o sus padres deben tener acceso a la realidad del centro educativo para poder cooperar con la realidad que desde éste se les muestra.

Por último, comprobamos la necesidad de contar con expertos en comunicación para llevar a cabo esta actividad. La inclusión de un profesional de la información en el entorno educativo garantiza el éxito en los principales aspectos comunicativos que se quieran presentar. Una persona que sepa qué comunicar, cuándo hacerlo y cómo hacerlo asegura la gestión eficaz de las redes sociales en este entorno. Por tanto, de la profesionalidad del comunicador y su saber hacer depende el éxito o el fracaso de la identidad comunicativa de los centros educativos.

4. BIBLIOGRAFÍA

- DEL POZO, Montserrat (2009): *Aprendizaje Inteligente*. Tekman Books. Badalona.
- MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba y NOGALES BOCIO, Antonio I. (2011): “Redes sociales: generalidades y aplicaciones”. VV.AA. (2011): *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*. Centro de Estudios Andaluces de la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía. Sevilla.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2013). “Guía para la formación en centros sobre las competencias básicas”. Secretaría General Técnica. Madrid.
- RAMOS SERRANO, Marina (2008): “Software social: nuevas herramientas en la era de los prosumidores”. MARTÍN ALGARRA, Manuel; SEIJAS CANDELAS, Leopoldo; CARRILLO DURÁN, M^a Victoria (2008): *Nuevos escenarios de la comunicación y la opinión pública*. Edipo. Madrid.
- STANEK FERMÍN, María José (2008): “Gabinetes de comunicación, profesionalizar una tarea. la transparencia informativa es un objetivo”. MARTÍN ALGARRA, Manuel; SEIJAS CANDELAS, Leopoldo; CARRILLO DURÁN, M^a Victoria (2008): *Nuevos escenarios de la comunicación y la opinión pública*. Edipo. Madrid.
- VV.AA. (2014). Fundación Alia2, “Informe 2014, educar para avanzar” Diputación de Málaga. Málaga.
- WALZER, Alejandro; GARCÍA LÓPEZ, Marcial; RODRÍGUEZ CENTENO, Juan Carlos (2007): *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura*. Edipo. Madrid