

LA NEUROCOMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA TRANSFORMAR LA RELACIÓN COLEGIO-FAMILIA EN CENTROS CONCERTADOS Y PRIVADOS

NEUROCOMMUNICATION AS A TOOL TO TRANSFORM THE SCHOOL-FAMILY
RELATIONSHIP IN CONCERTED AND PRIVATE CENTERS

Patricia de Julián Latorre¹: *Universidad Internacional de la Rioja, Logroño. España.*

Cómo citar el artículo:

de Julián-Latorre, Patricia. (2025). La neurocomunicación como herramienta para transformar la relación colegio-familia en centros concertados y privados [Neurocommunication as a tool to transform the school-family relationship in concerted and private centers]. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 30, 1-19. <https://doi.org/10.35742/rcci.2025.30.e323>

RESUMEN

Introducción: En los últimos años, los centros educativos han intensificado sus esfuerzos en optimizar la comunicación corporativa y fortalecer su relación con los diversos públicos, especialmente con las familias. La calidad de esta relación influye no solo en el rendimiento académico de los alumnos, sino también en la percepción externa que se tiene del centro, mejorando su atractivo en un contexto altamente competitivo ante el descenso de la natalidad. **Metodología:** Este estudio realiza una revisión bibliográfica para determinar qué herramientas, recursos y estrategias de comunicación son empleadas en la relación colegio-familia. A partir de un análisis de la literatura actual, se identifican mejores prácticas para, después, explorar el potencial de la neurocomunicación y hacer una propuesta de mejora de la comunicación entre ambas partes. **Resultados:** Los hallazgos indican que el uso de técnicas de neurocomunicación puede fortalecer significativamente la relación entre los centros educativos y las familias, favoreciendo una colaboración más efectiva, mejorando la imagen institucional e influyendo en el rendimiento y bienestar de los alumnos. **Discusión:** Ante gran competencia que existe entre colegios, integrar técnicas de neurocomunicación puede

¹Patricia de Julián Latorre: Doctora en Comunicación Social (CEU S. Pablo) y triple Licenciada en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RR. PP. (UEM). Docente en la UNIR y en la URJC. Principal línea de investigación: comunicación corporativa y RR. PP. especialmente en el sector educativo.



enriquecer las relaciones familia-colegio y mejorar la reputación de los centros educativos. **Conclusiones:** Este estudio subraya la importancia de que los centros educativos inviertan en recursos para desarrollar estrategias comunicativas basadas en evidencias científicas, realizadas de forma profesional y planificada, logrando así mejorar la relación colegio-familia.

Palabras clave:

comunicación educativa, neurocomunicación, relación colegio-familia, reputación educativa, neuroeducación.

ABSTRACT

Introduction: In recent years, educational centers have intensified their efforts to optimize corporate communication and strengthen their relationship with various audiences, especially with families. The quality of this relationship influences not only the academic performance of the students, but also the external perception of the center, improving its attractiveness and the support of the community in general in a highly competitive context in the face of declining birth rates. **Methodology:** This study carries out a bibliographic review to determine what tools, resources and communication strategies are used in the interaction between families and schools. Based on a detailed analysis of current literature, patterns and best practices are identified to then explore the potential of neurocommunication and make a proposal to improve communication between both parties. **Results:** The findings indicate that the use of neurocommunication techniques can significantly strengthen the relationship between educational centers and families, favoring more effective collaboration, improving the institutional image and influencing the performance and well-being of students. **Discussion:** Given the great competition that exists between schools, integrating neurocommunication techniques can enrich family-school relationships and improve the reputation of educational centers. **Conclusions:** This study highlights the importance of educational centers investing in resources to develop communication strategies based on scientific evidence, carried out in a professional and planned manner, thus achieving a more empathetic and productive interaction with families, and contributing to the consolidation of a school community. cohesive and committed to the common educational objectives and values of the center.

Keywords:

educational communication, neurocommunication, school-family relationship, educational reputation, neuroeducation.

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de que la propia legislación española y europea, favorece y garantiza, el derecho a la participación de las familias en la vida escolar de sus hijos, en muchas ocasiones, la comunicación, “elemento clave” (Macía Bordalba, 2019, p. 148), entre ambas instituciones no termina de ser satisfactoria (Rivas Borrell y Ugarte Artal, 2014).

Por ello, en los últimos años, los centros educativos han intensificado sus esfuerzos en optimizar la comunicación corporativa y fortalecer su relación con los diversos públicos, especialmente con las familias. No sólo porque esto favorece el rendimiento escolar de los alumnos, sino porque mejora la imagen y reputación de los colegios, les ayuda a diferenciarse y a atraer más alumnado y nuevas familias.

Este hecho es especialmente importante en un contexto de grave descenso de la natalidad. Según recoge el último informe 2024 sobre el estado del sistema educativo, realizado por el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2024), en España, “el 3,7 % de la población tiene entre 0 y 4 años” (p. 41). La pirámide de población se ha invertido y cada año es más acusado el descenso. Esto quiere decir que, cada año hay menos niños para matricularse en los mismos centros educativos, es decir, disminuye la población en edad escolarizable.

El informe también destaca un dato relevante: el número de estudiantes extranjeros en edad de escolarización ha aumentado un 27,7 % en los últimos cinco años. Este crecimiento exige que los centros educativos concentren esfuerzos específicos en atender a este grupo de población, que, según Egido Gálvez (2020), enfrenta con frecuencia dificultades adicionales en la comunicación colegio-familia.

Otro aspecto significativo que es importante considerar es la proyección demográfica de las próximas décadas. Según las estimaciones realizadas, en 2037, los menores de 16 años (edades que corresponden a la escolarización básica y obligatoria) disminuyen “alrededor de 570.000 personas, lo que supone una reducción porcentual del 8,1 % en 2037 con respecto a 2023” (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2025, p. 44).

Todos estos datos, obligan a los centros concertados y privados a competir entre ellos y, necesariamente, a apostar por la comunicación planificada y profesionalizada (de Julián-Latorre, 2024b) pues, las familias van a llevar a sus hijos al colegio donde más escuchadas se sientan, más información se les dé, y mejor se les atienda. La comunicación, no es una opción (Villamor y Prieto Egido, 2016).

Las familias que eligen centros concertados o privados, que ofrezcan educación personalizada, cercana y alineada con ciertos valores e idearios, buscan, además, una institución que los escuche, los oriente y los comprenda. Demandan una comunicación efectiva que les permita participar activamente en la educación de sus hijos. Por tanto, los colegios deben responder de manera adecuada a esta necesidad.

Sin embargo, los tiempos han cambiado, y con ellos, las dinámicas de comunicación. Los métodos, canales y estrategias utilizados hace una década ya no son suficientes. Las familias actuales presentan características y expectativas distintas, lo que obliga a los centros educativos a adaptarse para conectar con ellas de manera empática y transmitir eficazmente sus mensajes, valores e ideario.

En este contexto, la neurocomunicación se presenta como una herramienta innovadora. Diseñar estrategias basadas en el funcionamiento del cerebro humano puede facilitar una conexión más efectiva con las familias (Gill y Singh, 2020). Por ello, esta investigación tiene como objetivo explorar cómo las herramientas de la neurocomunicación pueden mejorar significativamente las relaciones entre las familias y los colegios, logrando además la diferenciación que permita atraer y fidelizar a nuevos alumnos.

2. OBJETIVOS

Para abordar este objeto de estudio, el presente trabajo tiene como objetivo principal analizar las estrategias de comunicación empleadas por los colegios privados y concertados en su interacción con las familias, e investigar cómo la neurocomunicación

puede contribuir a optimizar dicha relación, concretándolo en una propuesta fácilmente aplicable.

Los objetivos específicos de la investigación son los siguientes:

- OB1: Realizar una revisión sistemática de la literatura científica (entre 2014 y 2024) para explorar el marco teórico sobre las principales características de la comunicación colegio-familia, así como los fundamentos de la neurocomunicación.
- OB2: Determinar los puntos clave en los que la neurocomunicación puede aportar mejoras significativas a las estrategias de comunicación con las familias en los centros educativos.
- OB3: Diseñar una propuesta de comunicación práctica y fácil de aplicar para el personal del colegio que interactúa directamente con las familias (docentes, equipo directivo, personal administrativo), integrando buenas prácticas existentes con estrategias basadas en principios de neurocomunicación.

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada en este estudio se caracteriza por un enfoque cualitativo, exploratorio, descriptivo y explicativo. Para establecer el marco teórico e identificar las características de la comunicación colegio-familia y los fundamentos de la neurocomunicación, se ha llevado a cabo una revisión sistemática de la literatura, seleccionada en función de la importancia y trascendencia de sus hallazgos. Para ello se han seguido 3 fases: búsqueda, selección y síntesis y se ha empleado el modelo PRISMA, ampliamente reconocido por su utilidad en investigaciones sociales y educativas (Rodríguez Pech *et al.*, 2023), a pesar de su origen en estudios médicos.

El intervalo temporal de la búsqueda abarca la década 2014-2024, y las bases de datos empleadas han sido Google Académico y Scielo. Las unidades de análisis incluyen artículos científicos originales publicados en libros, revistas y trabajos académicos que cumplen con los criterios de selección establecidos. Se han empleado palabras clave como "comunicación colegio-familia", "comunicación centros educativos", "neurocomunicación y educación" y "neuroeducación colegios". Además, estos términos se han combinado mediante el operador booleano "AND" con conceptos específicos como "privado", "concertado" y "comunicación corporativa" para obtener resultados más precisos.

Los criterios de exclusión que se han considerado son aquellos trabajos que no abordan la comunicación entre familias y centros educativos desde una perspectiva personal, corporativa o institucional; publicaciones en idiomas distintos al español; documentos fuera del intervalo temporal definido; estudios sin referencias a las características de la neurocomunicación; y textos incompletos o inaccesibles.

Los resultados iniciales han revelado un amplio interés científico en las relaciones colegio-familia durante la última década, abordadas desde diversas perspectivas. Esto ha motivado un enfoque más específico, seleccionando únicamente artículos que ofrezcan revisiones sistemáticas. En contraste, se ha identificado una notable escasez de investigaciones relacionadas directamente con la neurocomunicación en el ámbito educativo, encontrándose solo tres estudios relevantes. Por esta razón, se ha recurrido a literatura sobre neurociencia y neurocomunicación general para extrapolar sus principios al contexto educativo de colegios privados y concertados.

De un total de 176 referencias identificadas (Google Académico: 163; Scielo: 13), se han seleccionado aquellas que acometen directamente temas como comunicación colegio-familia, buenas prácticas, canales y estrategias, así como neurocomunicación. Tras excluir duplicados y publicaciones que no cumplen con los criterios mencionados, se han obtenido 23 referencias válidas (n=23). Estos resultados han sido analizados cualitativamente para explorar cómo la neurocomunicación y la comunicación colegio-familia pueden complementarse, como se detalla en el apartado de resultados.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. La comunicación colegio- familia a través de la literatura científica

En los últimos años, se han publicado numerosos estudios que analizan la relación entre los centros educativos y las familias de los alumnos, destacando que la colaboración activa de los padres en la vida escolar tiene un impacto significativo en el rendimiento académico de los estudiantes y contribuye a fortalecer los valores y hábitos inculcados tanto en el hogar como en la escuela. Estas investigaciones resaltan la importancia de un enfoque integral que fomente la participación familiar en los procesos educativos, mejorando el comportamiento y los resultados de los alumnos.

Diversas revisiones sistemáticas y estudios recientes, como los realizados por Egidio Gálvez (2020) y Garreta Bochaca (2015) han identificado las principales razones para consolidar estas relaciones. Sin embargo, existe una notable carencia de investigaciones centradas en la comunicación corporativa o institucional como eje fundamental de la relación colegio-familia. Aunque reconocen que la comunicación es un componente esencial de estas interacciones, la mayoría de los estudios la abordan de manera periférica, sin profundizar en su carácter estratégico (Macia Bordalba, 2018).

De Julián-Latorre (2024a) defiende que la comunicación de los centros educativos es fundamental para la supervivencia futura de los colegios ante el descenso de la natalidad, y es crucial para su diferenciación y reputación. Según la misma autora, una comunicación bien planificada y profesional no solo atrae a nuevas familias y alumnos, sino que también promueve el sentido de pertenencia y la recomendación activa del colegio por parte de las familias (de Julián-Latorre, 2024b): “una buena comunicación favorece siempre que el colegio sea recomendado” (p. 173) por las familias, aunque hay mucho camino por recorrer en la implicación de los progenitores en la comunicación del centro.

Sin embargo, como apunta Macia Bordalba (2018), la singularidad de cada centro, definida por su comunidad educativa y contexto, requiere estrategias de comunicación personalizadas que respondan a sus características específicas. “Cada centro se sitúa en un contexto diferente y único, lo compone una comunidad educativa diferente y única, formada a su vez por personas diferentes y únicas y, por lo tanto, cada escuela requiere de un plan de comunicación distinto” (Macia Bordalba, 2018, p. 90).

Distintos estudios señalan cómo los colegios suelen medir la calidad de las relaciones con sus familias a través de la opinión de los propios padres y madres y del profesorado (Egidio Gálvez, 2020). Beneyto *et al.* (2019) defiende que, una buena comunicación del centro con las familias, repercute en la satisfacción de los docentes y mejora el clima de convivencia del colegio, además de la imagen y reputación. Además, otros autores aseguran, que la buena comunicación con las familias aumenta la motivación del alumnado y puede

repercutir en una mejora de su rendimiento académico y una disminución de actitudes disruptivas, sobre todo en la etapa de la adolescencia (Rodrigo-López *et al.*, 2018).

Egido Gálvez (2020), tras analizar distintos trabajos, explica los motivos por los que las relaciones colegio-familia no son satisfactorias en algunas ocasiones. Si se revisan todos ellos, se llega a la conclusión de que, en la mayoría de ellos, subyace un problema de comunicación.

Un aspecto destacado en los estudios recientes es la necesidad de atender la comunicación con las familias inmigrantes, quienes enfrentan barreras adicionales como “el desconocimiento del idioma, la falta de familiaridad con el sistema educativo español y las mayores diferencias culturales con la institución escolar” (Egido Gálvez, 2020, p. 76). Estas familias suelen tener altas expectativas sobre la escuela como medio para facilitar la integración y mejorar las oportunidades de sus hijos, lo que subraya la importancia de establecer estrategias comunicativas inclusivas y empáticas.

A pesar de la evidente carencia de investigaciones específicas que analicen la relación colegio-familia desde el prisma la comunicación corporativa, se pretende establecer las bases que, según diversos autores, definen una relación efectiva y constructiva entre los centros educativos y las familias. Existen numerosos factores que están dificultando la comunicación de los centros educativos y las familias (Guzón-Nestar y González-Alonso, 2019). Por un lado, el cambio en el modelo de familia ha provocado que muchas de ellas deleguen sus funciones en la escuela; la falta de conciliación, malos horarios, el pluriempleo, que dificultan a los progenitores a acudir al centro educativo o a llevar una relación más fluida con él; el recelo de muchos docentes a ser más cercanos o implicarse en la vida de sus familias por temor a perder autoridad o por falta de formación; el pensamiento de muchos centros educativos que ven la implicación de los padres en la vida del centro con afán de fiscalización o control.

Desde la perspectiva de las familias, también existen obstáculos significativos. Algunos padres desconocen el funcionamiento del sistema educativo, lo que dificulta su comprensión de las expectativas y mensajes transmitidos por los docentes. Otros muestran desinterés si no identifican problemas significativos en el rendimiento o comportamiento de sus hijos, mientras que algunos carecen de alineación con los valores o el ideario del centro, lo que afecta su nivel de compromiso. Desde el punto de vista de los centros educativos, en ocasiones hay demasiada rigidez, incomprensión a las distintas situaciones familiares, falta de empatía hacia padres y alumnos, falta de compromiso por parte de los docentes, poco apoyo administrativo y mala gestión de la información. Estas problemáticas, aunque generales, pueden manifestarse de manera particular en cada institución y deben ser identificadas y abordadas para mejorar la comunicación y la relación entre los colegios y las familias (Guzón-Nestar y González-Alonso, 2019).

A pesar de lo señalado anteriormente, la tendencia actual de los colegios es la de aumentar y mejorar la implicación de las familias. Esto no puede llevarse a cabo sin una comunicación eficaz y cuidada, pues es la base de esa relación (Egido Gálvez y Bertrán Tarrés, 2017). En este sentido, Guzón-Nestar y González-Alonso (2019, pp. 45-48), ofrecen 5 claves comunicativas que pueden tenerse en cuenta para conseguir este objetivo: Claridad y transparencia: evitar ambigüedades y promover la confianza y un diálogo sincero, directo y constructivo tanto por parte del centro, como de las familias.

1. Escucha activa: dirigida a empatizar y comprender y no solo a dar una respuesta.
2. Preguntar para comprender: plantear interrogantes que faciliten el entendimiento mutuo.
3. Reconocer los errores: si los hemos cometido, mostrar humildad, pedir disculpas y evitar actitudes defensivas.
4. Enfoque positivo de la comunicación: utilizar la comunicación para destacar logros y buenas prácticas, reservando el tono crítico para situaciones inevitables, pero siempre desde una perspectiva constructiva.

4.2. Canales y herramientas más utilizados por los centros educativos en su comunicación con las familias

Toda comunicación, para materializarse, debe concretarse en distintos canales y llevarse a cabo con herramientas apropiadas para cada ocasión. Además, puede ser formal e informal. Cada tipología tiene sus propios canales (Llevot y Bernad, 2015). Esos canales, de forma resumida, pueden ser unidireccionales, bidireccionales u omnidireccionales. Según Andrés Cabello y Giró Miranda (2020), en referencia a la comunicación entre el colegio y las familias: “para una participación plena son fundamentales los canales de comunicación, de carácter bidireccional, abierto y eficaz, pues su ausencia supondría ponerle límites y barreras a la misma” (p. 81).

La diversidad de canales es considerable y ha evolucionado significativamente con la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), especialmente tras la pandemia de COVID-19, complementando los medios tradicionales (de Julián-Latorre, 2024a). En este sentido, Andrés Cabello y Giró Miranda (2020) afirman que “los canales de comunicación entre la comunidad educativa son un indicador fundamental para entender cómo funcionan las relaciones entre los distintos agentes que la componen” (p. 92).

Estudios recientes han definido los principales canales utilizados por los centros educativos para transmitir información a las familias y recibir retroalimentación de ellas. Entre los más empleados se encuentran: circulares y correos electrónicos, tabloneros de anuncios, cartelera, boletines informativos, revistas escolares, páginas web, blogs, redes sociales, entrevistas individuales y grupales, agendas escolares, contactos informales, llamadas telefónicas, plataformas educativas digitales, grupos de difusión en WhatsApp, actividades formativas para padres, fiestas escolares, voluntariado familiar, consejos escolares, y asociaciones de madres y padres de alumnos (AMPA) (Galián Nicolás *et al.*, 2018; Macia Bordalba, 2019; Rodríguez-Ruiz *et al.*, 2019; Andrés Cabello y Giró Miranda, 2020).

En cuanto al nivel de colaboración e implicación por parte de las familias, las jornadas de puertas abiertas, reuniones colectivas de curso, escuelas de familias, AMPAS, consejos escolares, etc. suelen contar con una baja participación. Sin embargo, las tutorías individuales entre el profesorado y las familias son las más solicitadas y las mejor valoradas por los progenitores (Andrés Cabello y Giró Miranda, 2016; Macia Bordalba, 2019;). Otro de los canales comunicativos que más valoran las familias son las conversaciones informales que se producen en los momentos de entradas y salidas y las llamadas telefónicas y correos puntuales (Macia Bordalba, 2019).

Aunque estos canales presentan múltiples beneficios, también adolecen de diversas limitaciones que impactan negativamente en su eficacia. Entre las debilidades

relacionadas con la comunicación, distintos autores (Andrés Cabello y Giró Miranda, 2020; De Julián-Latorre, 2024b; Garreta, 2015; Llevod y Bernad, 2015; Macia Bordialba, 2019; Palomares, 2015) destacan:

- Correos electrónicos y mensajes mal redactados, excesivamente largos o confusos.
- Envío de mensajes en momentos inadecuados, ya sea con anticipación excesiva o tardía.
- Contenidos que no reflejan el ideario ni los valores del centro educativo.
- Dependencia excesiva del entorno digital, excluyendo a familias con limitada alfabetización digital o acceso restringido a recursos tecnológicos. En este sentido, los canales que implican el uso de las TIC no se están utilizando correctamente ya que en muchas ocasiones se consideran un fin en sí mismo, y no un medio. Pueden además generar desigualdades entre familias debido a la brecha digital.
- Desequilibrio en la cantidad de comunicación, ya sea por exceso o insuficiencia.
- Escaso cuidado en las interacciones informales, evidenciando falta de empatía o atención por parte del personal docente y administrativo.
- Predominio de comentarios negativos en las interacciones comunicativas.
- Dificultades de las familias para manejar herramientas como agendas escolares o plataformas educativas.
- Mensajes excesivamente informativos y unidireccionales, con poca oportunidad para la interacción.
- Insuficiencia de canales omnidireccionales que faciliten un flujo comunicativo dinámico.
- Uso inadecuado de las TIC, que en ocasiones son consideradas un fin en sí mismas y no un medio, incrementando además la brecha digital entre familias
- Dificultad de las familias para usar la agenda y las distintas plataformas educativas.
- Mensajes demasiado informativos y unidireccionales.
- Poca escucha y falta de canales omnidireccionales.

Estos desafíos pueden mitigarse mediante la implementación de programas de formación en comunicación para docentes y personal del centro, además de fomentar la participación activa de las familias en la comunicación institucional (Andrés Cabello y Giró Miranda, 2020; de Julián-Latorre, 2024a).

4.3. Los principios y características de la neurocomunicación

La comunicación es una necesidad inherente al ser humano y un elemento esencial en el funcionamiento de los centros educativos. Este proceso cuenta con reglas, componentes, modelos, limitaciones y barreras específicas, cuyo objetivo fundamental es “lograr que la respuesta del destinatario corresponda a la intención del emisor” (Barrientos-Báez, 2024, p. 7).

Por esta razón, la comunidad científica ha centrado esfuerzos en investigar cómo optimizar los procesos comunicativos en diversos contextos, superando las barreras que los dificultan. En este marco, surge la neurocomunicación, definida como una disciplina que “busca comprender en profundidad los procesos cerebrales subyacentes a la comunicación, con el propósito de lograr un entendimiento más efectivo y un desarrollo óptimo de esta” (Olivar Urbina, 2023, p. 215). En esencia, la neurocomunicación aplica los avances de la neurociencia para identificar estrategias más efectivas en la comunicación humana. Asimismo, otros autores la describen como “una disciplina interdisciplinaria que

estudia y mide las emociones, reacciones y niveles de atención frente a diversos estímulos” (Barrientos-Báez *et al.*, 2024, p. 67).

Aunque se trata de un campo emergente y todavía existe escasa literatura científica, los estudios realizados hasta la fecha ofrecen aportaciones significativas. Entre ellos, destaca el trabajo de Olivar Urbina (2023), quien sintetiza investigaciones previas y establece cinco elementos clave en la neurocomunicación: fisiológicos, conductuales, cognitivos, personales y contextuales.

Estos factores, según Olivar Urbina (2023), están profundamente influenciados por características individuales como las experiencias personales, el contexto social, los conocimientos previos, la gestión emocional y el estilo de vida, entre otros. Si bien cada uno de estos elementos podría ser desarrollado con mayor profundidad, no es el objetivo de esta investigación. Aun así, los científicos han podido determinar patrones generales de comportamiento del cerebro humano y han conseguido analizar su funcionamiento para optimizar la efectividad de los mensajes que se mandan a través de lo que se conoce como neurointeligencia emocional (Vargas Delgado, 2019; Gill y Singh, 2020).

En el ámbito de la comunicación entre colegios y familias, De Julián-Latorre (2024c) argumenta que el enfoque neurocomunicativo debe ser aplicado de manera estratégica y consciente. Esto implica diseñar mensajes y estímulos que se alineen con los procesos cerebrales de los receptores, optimizando así su impacto y eficacia. Según la autora, “la clave es comprender cómo el cerebro procesa la información y adaptar los mensajes de acuerdo con esos mecanismos” (De Julián-Latorre, 2024c, p. 330).

Esto puede hacerse de una forma más activa, pero, también pueden aplicarse elementos de la neurocomunicación de forma más pasiva como, por ejemplo: cuidando los espacios, la decoración, los olores, iluminación, la temperatura, y otros muchos aspectos de los lugares donde vayan a tener lugar los encuentros con las familias. Todo esto influirá de manera positiva, mejorará las relaciones colegio-familia y generará una ventaja competitiva del centro educativo, además de una mejor reputación (De Julián-Latorre, 2024c).

5. DISCUSIÓN

La relación entre colegios y familias es un pilar fundamental para el éxito educativo, y su efectividad depende, en gran medida, de una comunicación clara, cercana y significativa (Macia Bordalba, 2018). Sin embargo, en la práctica, este vínculo enfrenta múltiples desafíos que dificultan su fortalecimiento (Guzón-Nestar y González-Alonso, 2019). Es aquí donde la neurocomunicación emerge como una herramienta clave para abordar estas problemáticas, optimizar la interacción y lograr que los mensajes sean más efectivos y persuasivos (De Julián-Latorre, 2024c).

Según Andrés Cabello y Giró Miranda (2020), los colegios tienden a centrar sus esfuerzos en la comunicación formal, como circulares y mensajes oficiales, mientras que las familias valoran más las tutorías individuales y la interacción personal. Esta desconexión evidencia la necesidad de reorientar los esfuerzos hacia los aspectos que realmente importan a los padres. Una formación adecuada en neurocomunicación para el personal docente y administrativo podría ser la clave para reducir esta incoherencia y mejorar significativamente la experiencia comunicativa de las familias.

Como se ha dicho anteriormente, las tutorías individuales representan uno de los espacios de comunicación más valorados por las familias (Macia Bordalba, 2019) ya que estas reuniones no solo permiten hablar sobre cuestiones específicas del desarrollo académico y personal del estudiante, sino que también refuerzan la confianza y el sentido de colaboración entre los padres y el colegio y ofrecen una atención personalizada real. Para mejorar la calidad de estas interacciones, aplicar estrategias basadas en el conocimiento del funcionamiento cerebral, como el uso de un lenguaje empático, la modulación del tono de voz y la atención a los gestos y expresiones faciales, puede influir positivamente en la percepción de los padres, facilitando una comunicación más efectiva y cercana (Ledesma Ayora y Fenger Fenger, 2015).

Las interacciones informales, como las conversaciones en la entrada y salida del colegio, las llamadas telefónicas y los correos electrónicos, también desempeñan un papel fundamental en la construcción de relaciones sólidas con las familias (Macia Bordalba, 2019). No obstante, estas vías a menudo se descuidan demostrando que, en muchos colegios, no se están otorgando medios y esfuerzos a aquellos canales que más valoran los padres (tabla 1). En este contexto, es fundamental recordar que en cada conversación se transmiten los valores e ideario del centro educativo. La neurocomunicación puede aportar herramientas prácticas para mejorar estas interacciones: cuidar el lenguaje corporal, emplear mensajes positivos y diseñar entornos físicos y emocionales que favorezcan la receptividad y el diálogo (Mayer, 2020).

Tabla 1. Brecha en preferencias de comunicación colegio-familia.

Acciones de los colegios	Preferencias de las familias
Priorizan la comunicación formal y estructurada.	Prefieren la comunicación informal, como llamadas telefónicas y conversaciones presenciales en la entrada y salida del colegio.
Enfatizan la difusión de mensajes oficiales mediante circulares, correos electrónicos y páginas web institucionales.	Prefieren la comunicación informal, como llamadas telefónicas y conversaciones presenciales en la entrada y salida del colegio.
Promueven la participación familiar en la vida escolar.	La participación es limitada debido a la falta de tiempo, el desconocimiento del sistema educativo y otras barreras.
Presentan carencias en formación en estrategias de comunicación efectiva.	Demandan mensajes claros, directos y accesibles.

Fuente: Elaboración propia.

Un desafío particular es la integración de familias inmigrantes (Egido Gálvez, 2020), quienes frecuentemente enfrentan barreras idiomáticas y culturales que dificultan su participación activa en la vida escolar y cuyo número ha aumentado en los últimos cinco años un 27,7% (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024). La neurociencia ofrece soluciones prácticas para superar estas barreras, como el uso de materiales visuales o gráficos, la adaptación cultural de los mensajes y la creación de espacios inclusivos que fomenten la confianza. Además, emplear técnicas de neurocomunicación puede ayudar a establecer puntos de conexión emocional y a mejorar

la comunicación no verbal, lo que facilita que estas familias se sientan valoradas y escuchadas (Vargas Delgado y Sacaluga Rodríguez, 2021).

Por último, lograr que las familias participen más en la vida del colegio requiere estrategias conscientes y adaptadas a sus necesidades (Macia Bordalba, 2018). La neurocomunicación puede orientar estos esfuerzos al analizar cómo las emociones influyen en la toma de decisiones y el compromiso. Por ejemplo, se pueden diseñar campañas comunicativas que despierten interés y curiosidad, crear mensajes personalizados y establecer canales bidireccionales que fomenten la interacción activa (De Julián-Latorre, 2024b). Además, es importante identificar los factores que limitan la participación, como la falta de tiempo o el desconocimiento del sistema educativo, para darles solución desde la comunicación (Guzón-Nestar y González-Alonso, 2019).

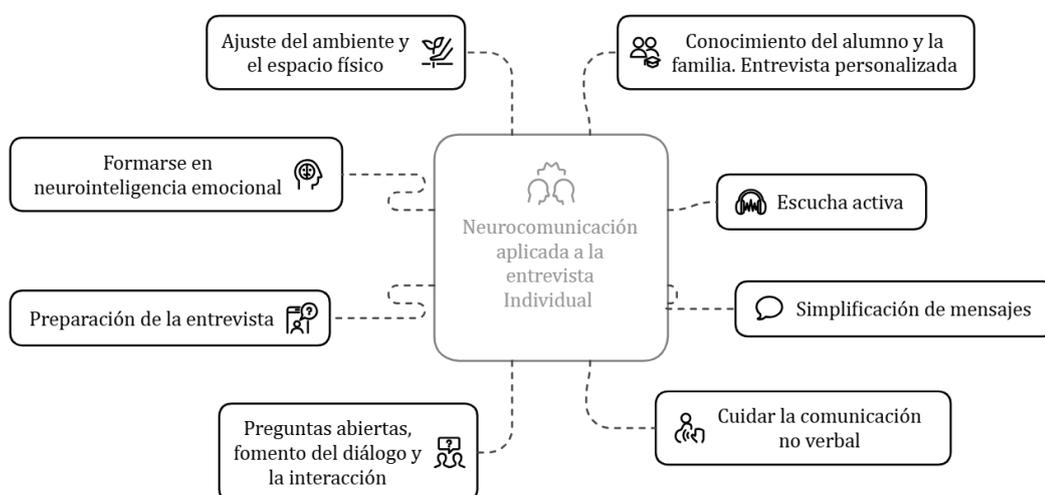
6. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FAMILIA-COLEGIO BASADA EN LA NEUROCOMUNICACIÓN

A partir de la revisión de la literatura y la construcción del marco teórico sobre las relaciones y la comunicación entre colegio y familia, así como sobre los principios de la neurocomunicación, y considerando los cinco elementos clave de la neurocomunicación definidos por Olivar Urbina (2023), se proponen las siguientes recomendaciones generales.

Se han centrado en las dos situaciones que más valoran las familias (tutorías individuales y contactos informales) y en una de las situaciones que más está dificultando la comunicación colegio-familia en la actualidad (barreras con las que se encuentran las familias inmigrantes). No obstante, cualquier canal de comunicación que utilice el colegio para su relación con las familias, puede enriquecerse utilizando los conocimientos del funcionamiento del cerebro.

1- Cómo aplicar la neurocomunicación a las entrevistas individuales (figura 1):

Figura 1. Resumen sobre cómo aplicar la neurocomunicación a las entrevistas individuales.

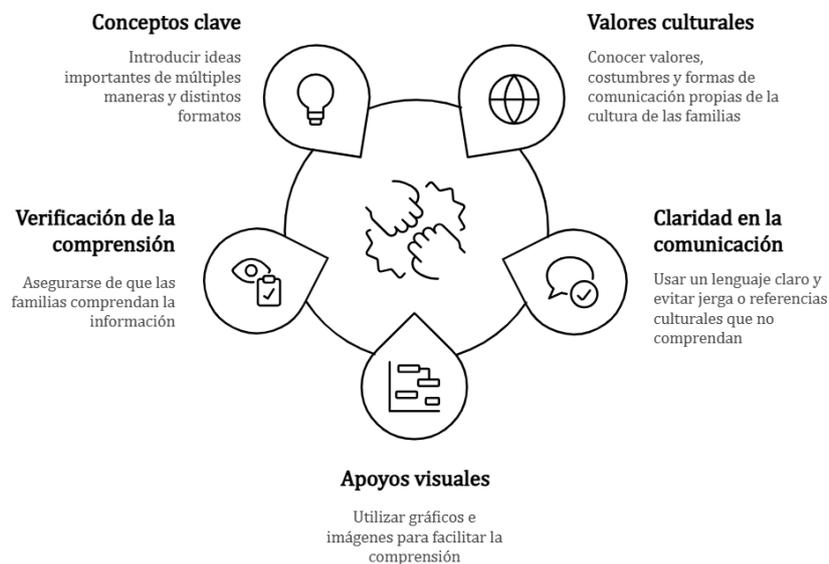


Fuente: Elaboración propia.

- Se recomienda formarse en neurointeligencia emocional para que los docentes puedan reconocer y gestionar mejor las emociones propias y las de las familias y así generar un ambiente de confianza.
- Mejorar la escucha activa intentado captar matices emocionales y no verbales que puedan surgir durante la tutoría, demostrando empatía y atención genuina.
- Teniendo en cuenta cómo el cerebro procesa información, los mensajes pueden simplificarse para evitar sobrecargar cognitivamente a las familias y dar mucha información a la vez. Frases sencillas, cortas, directas y con lenguaje entendible para todos, sin dobles sentidos.
- Preparar bien la entrevista para que tenga un inicio que genere un ambiente de confianza, un desarrollo en el que se diga con respeto, positivismo y asertividad lo que el alumno necesita mejorar, y que esté enfocada a la búsqueda de soluciones comunes, y un final que haga a las familias irse a casa con una buena sensación. Es importante que se hayan sentido escuchadas, comprendidas y que sepan que hay salida y soluciones para sus problemas.
- Diseñar preguntas abiertas que permitan a las familias expresar sus inquietudes y percepciones, fomentando el diálogo y la colaboración. La entrevista no puede convertirse en un interrogatorio, ni en un discurso del profesor, sino que debe ser un diálogo en el que cada familia se sienta con libertad y confianza para expresar y decir lo que sienta. Es bueno también crear interacciones con cierta carga emotiva y positiva.
- Cuidar la comunicación no verbal, la mirada, los silencios, los gestos y posición corporal, la distancia a la que el docente se sienta de las familias. Intentar generar cercanía y confianza. Desde el saludo, hasta la despedida. No exteriorizar prisa, ni estar con dispositivos electrónicos o distracciones cuando se está en la reunión.
- Cuidar el ambiente: ajustar iluminación, la temperatura, los sonidos para crear un espacio que favorezca la atención y disminuya el estrés. También se deben tener en cuenta aspectos como el orden, disposición del mobiliario, los colores. Todo ello debe estar seleccionado de forma que genere un ambiente propicio para que la familia se sienta acogida, perciba paz, cercanía y comodidad. Un ambiente frío siempre alejará a la familia del colegio y del docente. Eliminar barreras comunicativas. La elección del mobiliario debe invitar también al diálogo y a la cercanía.
- Conocer bien al alumno y a la familia para adaptar el mensaje, la forma de hablar y el contenido al nivel sociocultural, edad, tipo de familia, sus gustos y preferencias. Preparar cada encuentro de manera concreta pensando cada caso. De esta manera la entrevista será realmente personalizada y fructífera.

2- Cómo aplicar la neurocomunicación para mejorar la interacción con las familias inmigrantes (figura 2):

Figura 2. Resumen sobre cómo aplicar la neurocomunicación para mejorar la interacción con las familias inmigrantes.

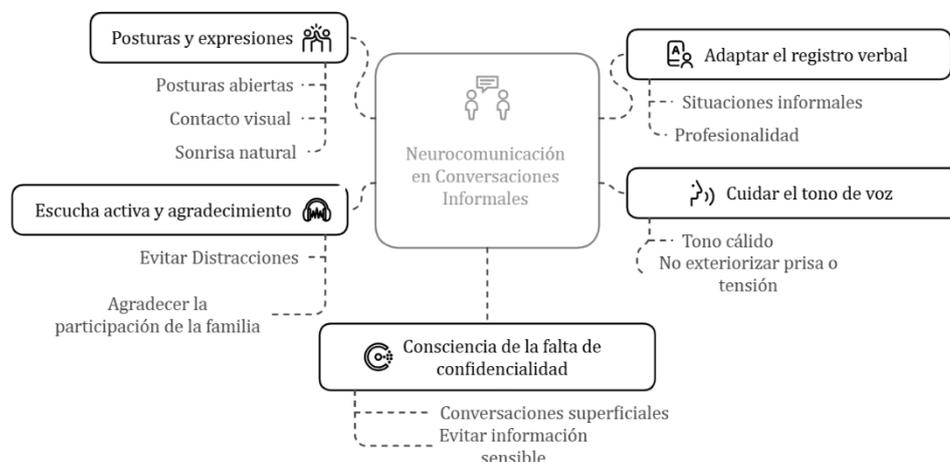


Fuente: Elaboración propia.

- Todo lo dicho en el apartado anterior puede aplicarse a este caso concreto.
- Es conveniente conocer los valores, costumbres y formas de comunicación propias de las culturas representadas entre las familias inmigrantes para poder interactuar de una forma más eficaz con ellas.
- Usar expresiones y términos que sean claros, evitando jerga o referencias culturales desconocidas para estas familias.
- Utilizar apoyos visuales, gráficos, imágenes o diagramas que faciliten la comprensión, especialmente si existen barreras idiomáticas.
- Asegurarse en cada conversación que la familia ha comprendido el funcionamiento del centro, la finalidad de las tutorías, lo que le hemos querido transmitir, lo que esperamos de sus hijos, etc. No dar por hecho nada.
- Introducir conceptos clave de distintas formas y con diferentes recursos siguiendo los patrones del cerebro para retener información.

3- Cómo aplicar la neurocomunicación a conversaciones informales (figura 3):

Figura 3. Resumen sobre cómo aplicar la neurocomunicación para mejorar las conversaciones informales con las familias.



Fuente: Elaboración propia.

- Adaptar el registro verbal a la situación informal, pero, sin olvidar que, los profesores y resto del personal, representan en todo momento al centro y su comportamiento y forma de hablar y actuar debe estar alineado con los valores del colegio y con la cultura corporativa, también en situaciones menos formales. Mantener un tono amigable y accesible, sin perder la profesionalidad.
- Adoptar posturas abiertas, mantener contacto visual y sonreír de manera natural para transmitir confianza y cercanía. La sonrisa y el humor son herramientas potentes, sobre todo ante posibles situaciones de tensión o crítica.
- Usar un tono de voz cálido y calmado, que evite transmitir tensión o prisa.
- Es importante que el docente sea consciente de su estado emocional para evitar que el cansancio o el estrés afecten la interacción con la familia.
- Escuchar activamente, evitando distracciones como mirar el reloj o el teléfono durante la conversación.
- Mostrar agradecimiento por la participación de la familia en la vida escolar del estudiante, aunque sea un breve comentario.
- Evitar tener conversaciones demasiado profundas, o tratar información sensible para la familia en lugares donde hay falta de confidencialidad y poco tiempo. El contenido de los contactos informales debe ser menos trascendental, los mensajes más cortos, claros y, si hubiera algo importante, invitar a hablarlo en una tutoría individual.
- El profesor debe ser consciente de que ese tipo de contactos informales son muy valorados por los progenitores y propiciarlos o favorecerlos. Se puede aprovechar para ofrecer comentarios rápidos sobre algo positivo del estudiante, lo cual ayuda a construir una percepción favorable del colegio y refuerza la confianza y el vínculo con la familia.

7. CONCLUSIONES

Tras la revisión sistemática llevada a cabo, el análisis de la literatura científica y la elaboración de la propuesta, se consideran alcanzados todos los objetivos planteados para esta investigación. A raíz de todo lo escrito, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- La población en edad escolarizable disminuye año tras año debido al descenso de la natalidad y pone en peligro la supervivencia de los centros privados y concertados. Solo aquellos que logren diferenciarse a través de una comunicación planificada, profesional y eficaz, atraerán nuevas familias y retendrán alumnado, mejorando su reputación.
- La neurocomunicación puede ser una buena herramienta para mejorar la calidad de las relaciones y la comunicación entre colegios y familias y superar las barreras a las que se enfrentan.
- Las tutorías individuales son el canal más valorado por las familias para recibir información y apoyo sobre sus hijos. Aplicar estrategias de neurocomunicación, como el uso de lenguaje empático, una escucha activa y la creación de espacios bien diseñados, iluminados y organizados favorecen la confianza y la apertura en las interacciones con las familias.
- Las interacciones informales entre docentes y familias, aunque a menudo subestimadas por los colegios y los profesores, son oportunidades clave para reforzar la relación y son también muy valoradas por las familias. La neurocomunicación permite optimizar estos contactos mediante el cuidado del lenguaje corporal, la modulación del tono de voz y la atención al contexto emocional de la familia en cada conversación.
- La neurocomunicación ofrece soluciones prácticas para mejorar la integración de familias inmigrantes, como la adaptación cultural de los mensajes, el uso de materiales visuales y la creación de espacios inclusivos. Estas estrategias ayudan a superar barreras idiomáticas y culturales, fomentando la participación y el sentido de pertenencia y favoreciendo la adaptación y el sentido de pertenencia a la comunidad educativa de estas familias.
- Existe una necesidad urgente de reorientar los esfuerzos comunicativos hacia los aspectos más valorados por las familias. La formación del personal en principios de neurocomunicación puede ser clave para cerrar esta brecha. Es importante también, capacitar a los docentes en neurointeligencia emocional y en estrategias de comunicación efectiva para mejorar no solo la percepción de las familias sobre el colegio, sino también la calidad de la relación y la colaboración en beneficio del estudiante.

El estudio ha contado con algunas limitaciones que es importante reseñar. Se ha centrado únicamente en dos bases de datos, lo que implica que podrían haberse excluido investigaciones relevantes publicadas en otras fuentes. A pesar de ello, las bases de datos utilizadas incluyen las principales investigaciones y las revisiones sistemáticas analizadas incluyen un gran número de artículos cualitativos y cuantitativos de la década seleccionada, lo que asegura resultados variados, ricos y extrapolables.

Este artículo constituye un primer paso hacia el análisis de la comunicación colegio-familia desde el prisma de la neurocomunicación y abre la puerta a futuros trabajos que puedan arrojar luz a los centros educativos y ayudarles en la importante tarea social y educativa que desempeñan con alumnos y familias.

8. REFERENCIAS

- Andrés Cabello, S. y Giró Miranda, J. (2016). El papel y la representación del profesorado en la participación de las familias en la escuela. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(1), 61-71. <https://revistas.um.es/reifop/article/view/245461>
- Andrés Cabello, S. y Giró Miranda, J. (2020). Canales y estrategias de comunicación de la comunidad educativa. *Ehquidad: La Revista Internacional de Políticas de Bienestar y Trabajo Social*, 13, 79-98. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672174443004>
- Barrientos-Báez, A. (2024). Liderazgo Educativo y Neurocomunicación: Un estado de la cuestión. *EDU REVIEW. International Education and Learning Review Revista Internacional De Educación y Aprendizaje*, 12(1), 1-17. <https://doi.org/10.62701/revedu.v12.5175>
- Barrientos-Báez, A., Caldevilla-Domínguez, D. y García Guirao, P. (2024). Neurocomunicación en la educación: un estudio teórico con la perspectiva de la nueva experiencia en inteligencia artificial. En M. Navarro-Granados, N. Pelicano Piris, J. Palenzuela-Bautista y A. R. Granda-Piñán (Coord.), *Investigación en escenarios formativos y conocimiento abierto en acción* (pp. 66-76). Dykinson.
- Beneyto, M., Castillo, J., Collet-Sabé, J. y Tort, A. (2019). Can schools become an inclusive space shared by all families? Learnings and debates from an action research project in Catalonia. *Educational Action Research*, 27(2), 210-226. <https://doi.org/10.1080/09650792.2018.1480401>
- Egido Gálvez, I. (2020). La colaboración familia-escuela: revisión de una década de literatura empírica en España (2010-2019). *Bordón: Revista de pedagogía*, 72(3), 65-84. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2020.79394>
- Egido Gálvez, I. y Bertrán Tarrés, M. (2017). Prácticas de Colaboración Familia-Escuela en centros de éxito de entornos desfavorecidos. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 29, 97-110. <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135049901008.pdf>
- Galián Nicolás, B., García-Sanz, M. P. y Belmonte Almagro, M. L. (2018). Evaluación de la participación familiar en el proceso educativo de los discentes desde la percepción del profesorado. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 21(3), 45-62. <http://doi.org/10.6018/reifop.21.3.336971>
- Garreta Bochaca, J. (2015). La comunicación familia-escuela en educación infantil y primaria. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*, 8(1), 71-85. <https://turia.uv.es//index.php/RASE/article/view/8762>
- Gill, R. y Singh, J. (2020). A Review of neuromarketing techniques and emotios análisis classifiers for visual-emotion mining. En *2020 9th International Conference System*

- Modeling and Advancement in Research Trends (SMART)* (pp. 103-108). IEEE.
<https://doi.org/10.1109/SMART50582.2020.9337074>
- Guzón-Nestar, J. L. y González-Alonso, F. (2019). La comunicación entre la familia y la escuela. *Papeles Salmantinos De educación*, 23, 31-54.
<https://doi.org/10.36576/summa.108386>
- de Julián-Latorre, P. (2024a). La gestión de la comunicación corporativa de los centros educativos concertados de Madrid tras el Covid-19. La percepción de las familias. En M. Camino Carrasco, M. Martín Gilete y D. Ortega Sánchez (coord.), *Áreas comunicativas sus nuevos retos* (pp. 165-174). Marcial Pons.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9957671>
- de Julián-Latorre, P. (2024b). La incorporación del departamento de comunicación a los colegios concertados. La figura e importancia del dircom. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-535>
- de Julián-Latorre, P. (2024c). La aplicación de la neurocomunicación a las estrategias de comunicación corporativa de los centros educativos concertados. En U. Cuesta y A. Barrientos (Eds.), *Neurocomunicación y neuromarketing: nuevos desarrollos y avances en el siglo XXI* (pp. 335-350). Fragua.
- Ledesma Ayora, M. y Fenger Fenger, N. (2015). *Neurocomunicación avanzada*. Editorial jurídica.
- Llevot, N. y Bernad, O. (2015). La participación de las familias en la escuela: factores clave. *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 8(1), 57-70.
<https://turia.uv.es//index.php/RASE/article/view/8761>
- Macia Bordalba, M. (2018). Aproximación teórica a la comunicación familia-escuela: Estrategias de mejora. *Ehquidad: La Revista Internacional de Políticas de Bienestar y Trabajo Social*, 10, 89-112.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672174449004>
- Macia Bordalba, M. (2019). Principales canales para la comunicación familia-escuela: análisis de necesidades y propuestas de mejora. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 147-165. <http://doi.org/10.5209/RCED.56034>
- Mayer, R. E. (2020). *Multimedia Learning*. Cambridge University Press.
- Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. (2024). *Informe 2024 sobre el estado del sistema educativo. Curso 2022-2023*. Secretaría General Técnica.
<https://n9.cl/vqklq>
- Olivar Urbina, N. R. (2023). Propuesta de un modelo de comunicación verbal desde la perspectiva de la neurocomunicación. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 9(2), 211-232. <https://doi.org/10.29393/RAN9-16PMNO10016>

- Palomares, A. (2015). Análisis de modelos de comunicación, profesorado-familia, para gestionar conflictos: Estudio de la comunidad educativa de Albacete. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 25, 277-298. <http://doi.org/10.7179/PSRI.2015.25.12>
- Rivas Borrell, S. y Ugarte Artal, C. (2014). Formación docente y cultura participativa del centro educativo: claves para favorecer la participación familia-escuela. *Estudios Sobre Educación*, 27, 153-168. <https://doi.org/10.15581/004.27.153-168>
- Rodrigo-López, M. J., Martínez-González, R. A. y Rodríguez-Ruiz, B. (2018). Relación centro escolar-familia como factor protector de conductas transgresoras en la adolescencia. *Aula Abierta*, 47(2), 149-158. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.2.2018.149-158>
- Rodríguez Pech, J., Estrella Ceme, H. A., Arceo Arceo, E. P. y Zaldívar Acosta, M. del S. (2023). Formación del Profesorado durante la Pandemia por Covid-19. Una revisión de literatura. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 27(3), 219-241. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v27i3.27886>
- Rodríguez-Ruiz, B., Martínez-González, R. A. y Ceballos-Vacas, E. M. (2019). Las tutorías con las familias en ESO: percepción de padres, madres y profesorado tutor. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 22(3), 31-43. <https://revistas.um.es/reifop/article/view/389351>
- Vargas Delgado, J. J. (29 de noviembre de 2019). Black Friday y el cerebro reptiliano. *El Publicista*. <https://www.elpublicista.es/articulos/black-friday-cerebro-reptiliano>
- Vargas Delgado, J. J. y Sacaluga Rodríguez, I. (2021). Neurocomunicación visual consciente: gestión deliberada y potencial de la mirada, como argumento persuasivo no verbal para vencer y convencer. *Anales de Investigación*, 17(4), 1-13. <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/453>
- Villamor, P. y Prieto Egidio M. (2016). Reformas hacia la privatización de la educación en la Comunidad de Madrid. *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 9(2), 265-276. <https://turia.uv.es/index.php/RASE/article/view/8419>

AUTORES/AS

Patricia de Julián Latorre

Universidad Internacional de la Rioja.

Doctora en Comunicación Social por la Universidad CEU San Pablo de Madrid y triple licenciada en Periodismo, en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea de Madrid. Ha ejercido como periodista tanto en medios (TV y escritos), como en departamentos de comunicación. Actualmente imparte docencia online en la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) y presencial, como colaboradora externa en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. También es profesora de Secundaria y Bachillerato en el Colegio Arenales Carabanchel de Madrid. Su línea de investigación gira en torno a la comunicación corporativa y las relaciones públicas especialmente dentro del sector educativo.

Índice H: 2

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0000-6222-2635>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=1ZSyl-EAAAAJ&hl=es>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=5373072>

Academia.edu: https://www.academia.edu/?from_navbar=true&trigger=nav



Revista de Ciencias de la Comunicación e Información

ISSN: 2695-5016

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

Abanades Sánchez, M. (2024). Estudio de la competencia del pensamiento crítico: análisis del concepto y trascendencia en el mundo educativo y laboral. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1078>

Abanades Sánchez, M. (2024). Habilidades sociales y comunicativas, inteligencia emocional y neuro educación: nuevas tendencias en la formación del profesorado para mejorar el aprendizaje de los alumnos. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e881>

Cortés, M. C., del Campo Labordeta, M. V., Martín, H. H., Gil, N. L. y Dalmau, C. B. (2024). Programa para la prevención de ciberadicciones en adolescentes. *Revista Sanitaria de Investigación*, 5(8), 633. <https://shorturl.at/wrc3>

Fernández Bendito, V. V., de la Morena Gómez, A., Cavadas Gormaz, M. J., Valiente López, M., González Enguita, C. (2020): El valor social de la NeuroComunicación en las campañas de prevención y tratamiento de las Ciberadicciones. *RUE: Revista universitaria europea*, 33, 123-152. <https://revistarue.eu/RUE/112020.pdf>

Mañas-Viniegra, L., Llorente-Barroso, C., Ferreira, I. y Kolotouchkina, O. (2023). La imagen de las personas deportistas con discapacidad física en Instagram a través de la Neurocomunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1-20. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2024-2122>