



Artículo Original / Original Article

El contenido de los mensajes de los influencers educativos en Instagram The Messages Content's of Educational Influencers on Instagram

Ana Godoy Oliveros

Universidad de Sevilla

Email correspondencia: anagodoyoliveros@gmail.com

Cronograma editorial: *Artículo recibido 12/10/2023 Aceptado: 01/12/2023 Publicado: 01/01/2024*

Para citar este artículo utilice la siguiente referencia:

Godoy Oliveros, Ana. (2024). El contenido de los mensajes de los influencers educativos en Instagram. *EDUCA International Journal*, 1 (4) 17-35, <https://doi.org/10.55040/educa.v4i1.81>

Contribución específica de los autores: No procede.

Financiación: No existió financiación para este proyecto.

Consentimiento informado participantes del estudio: No procede.

Conflicto de interés: Los autores no señalan ningún conflicto de interés.



Resumen

La digitalización cada vez tiene una mayor inmersión en el mundo educativo, y los recursos tecnológicos aparecen aquí como herramientas para la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. Tal es el caso de las redes sociales, que suponen una vía de trabajo y desarrollo profesional para docentes actualmente, que requiere del buen uso de las mismas. Esta investigación toma como finalidad conocer el contenido que publican influencers educativos en la red social Instagram concretamente, siendo esta la fuente de datos, presentando un diseño cualitativo de carácter instrumental con enfoque descriptivo. Se desarrollan dos análisis de datos empleando un enfoque paradigmático interpretativo cualitativo, mediante el análisis del contenido de las publicaciones permanentes, tanto textual como gráfico, en una temporalidad seleccionada, mediante un sistema de categorización, y otro meramente descriptivo sobre los perfiles seleccionados. La muestra es representativa estructural de diez usuarios seleccionados por conveniencia, con perfiles propiamente educativos públicos en Instagram, mediante una búsqueda y cribado manual por número de seguidores. Los resultados exponen los temas más predominantes abordados y el público al que se dirigen. Así, en base a la revisión literaria, se corrobora que el medio es emergente pero supone una herramienta de apoyo óptima y que con buena aplicación puede mejorar la calidad de la educación, además de fomentar la colaboración, el desarrollo profesional docente, la interactividad, la difusión de ideas, el liderazgo o la creación de nuevos contenidos que permitan avances en materia educativa.

Palabras clave: educación; aprendizaje; redes sociales; influencer educativo; Instagram.

Abstract

Digitization is increasingly immersing in the educational world, and technological resources appear here as tools for improving the teaching-learning process. Such is the case of social networks, which currently represent a way of work and professional development for teachers, which requires proper use of them. The purpose of this research is to know the content that educational influencers publish on the Instagram social network specifically, this being the data source, presenting a qualitative design of an instrumental nature with a descriptive approach. Two data analyzes are developed using a qualitative interpretative paradigmatic approach, through the analysis of the content of permanent publications, both textual and graphic, in a selected temporality, through a categorization system, and another merely descriptive on the selected profiles. The sample is structurally representative of ten users selected for convenience, with properly public educational profiles on Instagram, through a manual search and screening by number of followers. The results expose the most predominant topics addressed and the public to which they are directed. Thus, based on the literary review, it is corroborated that the medium is emerging but it is an optimal support tool and that with good application it can improve the quality of education, in addition to promoting collaboration, professional teacher development, interactivity, the diffusion of ideas, leadership or the creation of new contents that allow advances in educational matters.

Key words: education; learning; social networks; educational influencer; Instagram.



Fundamentación

La aparición de las redes sociales ha sido clave en la sociedad suponiendo un impacto real (Estudio Alfa, 2020). En España, según un estudio de IAB Spain (2022), WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter lideran el uso de redes sociales, siguiendo 1 de cada 2 usuarios a un influencer y encontrando público que emplea este medio como un canal también para comprar o aplicar al mundo profesional.

El mundo educativo no puede permanecer ajeno a los nuevos fenómenos sociales importantes, entre otros motivos, porque el mismo sistema educativo trabaja fundamentalmente con información (Naval et al., 2010). Se pretende así poner la atención en la influencia que cobran los espacios de aprendizaje nuevos, que dan visibilidad a los docentes y su trabajo, analizando para comprender los contenidos utilizados por los denominados “influencers educativos”, entendiendo por estos a aquellos perfiles de docentes o profesionales de la educación que tienen un alto índice de seguidores y publicaciones en redes sociales. Shelton et al. (2020) concretan que son individuos que han alcanzado el estatus de microcelebridades en espacios como las redes sociales gracias a la promoción de productos, filosofías o prácticas educativas donde desempeñan un papel fascinante en las redes de aprendizaje profesional.

Las tecnologías digitales y los medios sociales en los sistemas educativos vienen siendo estudiados por diferentes ramas de la ciencia, y autores como Tur, Marín-Juarrós y Carpenter (2017) ponen en relación el valor educativo de estas tecnologías y las posibilidades de sus formatos para el aprendizaje. Las redes sociales facilitan las relaciones que generan aprendizajes sociales a través del intercambio de ideas, creando capital social (Marcelo-Martínez et al., 2023).

Sabiendo lo anterior, es necesario conocer que las redes sociales nacieron con una función social principal a destacar, que fue conectar a personas diferentes, y en materia educativa, proporcionar espacios para la creación, el desarrollo y la difusión (de Martino et al., 2022).

En las redes sociales prima el carácter didáctico sobre la tecnología (Marcelo & Marcelo, 2021), por lo que suponen un nuevo espacio que los docentes pueden aprovechar para incorporarlo a la enseñanza (Gómez et al., 2012).

Actualmente sus usos son más frecuente que nunca, siendo este un motivo más para explorar en profundidad sus ramificaciones educativas. Además, los educadores han de afrontar una



visión de futuro cambiante en su profesión y conocer el potencial de las redes sociales en la educación (López-Torres et al., 2022).

Instagram, como apuntan Carpenter et al. (2020), es un servicio de estas redes sociales que fue creado en octubre del año 2010 para compartir mensajes, fotos y vídeos. Esta red social se ha ido actualizando continuamente, así como sus funcionalidades se han ido incrementando progresivamente, convirtiéndola en una aplicación moderna y adaptada a los gustos de sus usuarios, donde destacan perfiles jóvenes, que están realizando una migración desde otras redes (Marcelino, 2015). Instagram beneficia positivamente a los educadores profesionales que lo utilizan para intercambiar conocimientos y es usado por los educadores para la creación de espacios de afinidad y para el emprendimiento docente (Carpenter et al., 2020).

Barraza y Casanova publicaron un libro en el año 2019 donde se preguntaban cómo se puede llegar a ser un adulto inspiracional, y justificaban esta búsqueda con que los influencers son personas que movilizan y también inspiran, y respecto a lo educativo, apuntaban que la comunidad educativa necesita de personas e instituciones que sean referentes y auténticas (Equipo SM, 2020).

Se pretende que la educación se actualice o incluso adelante a los cambios sociales, haciendo buenos usos de recursos informativos y de comunicación. Conociendo además la red social más frecuente, nace una necesidad de investigar sobre la relación entre la red social Instagram y sus contenidos educativos. También porque a partir de la difusión de contenidos educativos en redes sociales, se puede hablar del surgimiento de un nuevo espacio entre la educación formal, no formal y la informal. Esta inquietud ha derivado en la formulación de algunas cuestiones como: ¿Son las redes sociales una nueva herramienta de trabajo en el ámbito educativo? ¿Qué contenidos se publican en estas? ¿A quiénes se dirigen sus contenidos? ¿Cuáles son los más frecuentes?, y a raíz de las mismas, se elabora el problema en el que se basa esta investigación, que es el siguiente: *¿Cuál es el contenido de los mensajes que los influencers educativos publican en la red social Instagram?* siendo el objetivo conocer qué contenidos educativos predominan en los perfiles de los influencers educativos Instagram.

Metodología

El trabajo ha seguido un método de investigación cualitativo, bajo el diseño descriptivo exploratorio instrumental. Este análisis de contenido es textual y gráfico, cuyos datos han sido analizados mediante un sistema de categorización emergente, abierto e inductivo, con



codificación múltiple para la identificación de los temas, con ejecución manual. La variable del problema de investigación ha sido el contenido publicado por los influencers educativos en Instagram, la cual da lugar al objetivo de la investigación. Este corte ha permitido describir los contenidos a analizar y explorarlos como una nueva realidad para conocerlos. Se ha realizado también un segundo análisis de manera descriptiva sobre los perfiles de la muestra seleccionada, su nivel cognitivo, lenguaje y frecuencia de categorías y temas expuestos en sus mensajes. El parámetro de medición ha requerido la creación de un árbol categórico y su validación.

Participantes

Fueron seleccionados 10 perfiles de la muestra del artículo *Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional*, escrito por los autores Marcelo García y Marcelo-Martínez (2020). En el mismo, se expone que a través del software Buzzsumo se identificó a influencers educativos en Twitter. De su cribado resultaron 64 perfiles de los que los 10 más representativos fueron seleccionados configurándose un listado de los sujetos más mencionados por ellos, resultando 44 perfiles más. A partir de este total, en esta investigación se seleccionaron aquellos que también contaban con perfiles educativos públicos en Instagram, resultando la muestra final de diez usuarios.

No obstante, para cumplir que los perfiles contaran con 15000 o más seguidores, los cuatro últimos fueron sustituidos con una segunda selección que se realizó por conveniencia. El procedimiento de muestreo es no probabilístico por cuotas.

Así, finalmente, los participantes en la muestra han sido los siguientes: @ayudaparamaestros, @maestrade pueblo, @bichiteacher, @cccesssarr, @thebigbagteacher, @teachermiguel, @manuvelascorodriguez, @smoll73, @unicoos y @lecuyer.catherine.

Procedimiento

Para realizar el análisis se realizó una exploración documental del contenido permanente, abarcando 32 semanas.

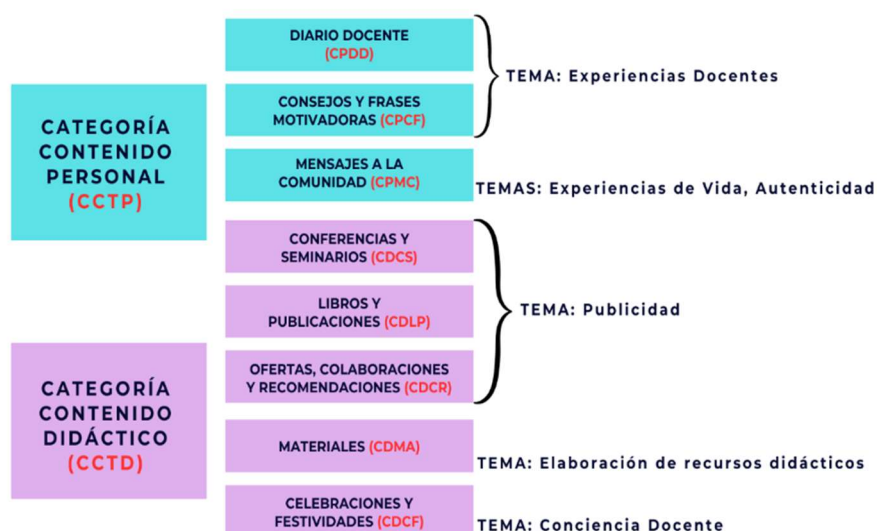
En una primera fase se transcribieron un total de 1618 publicaciones y en una segunda sólo las primeras 30 publicaciones por perfil tras observarse saturación. Finalmente se obtuvieron un total de 274 publicaciones fijas.

La obtención del corpus de datos se realizó mediante una primera transcripción por cada perfil y una segunda por categorías, sin el apoyo de software informático, y con capturas de pantalla (formato .jpg) para el caso de las imágenes. Todo ello se archivó para su categorización

y subcategorización. Se contó con un proceso de codificación y de verificación de la fiabilidad coincidiendo los resultados en dicha verificación en un 87,5%. También se realizó validación del contenido por juicio de una investigadora de la Universidad de Sevilla. El sistema de categorización resultante es el siguiente:

Imagen n.º 1 Mapa visual Categorías

SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN

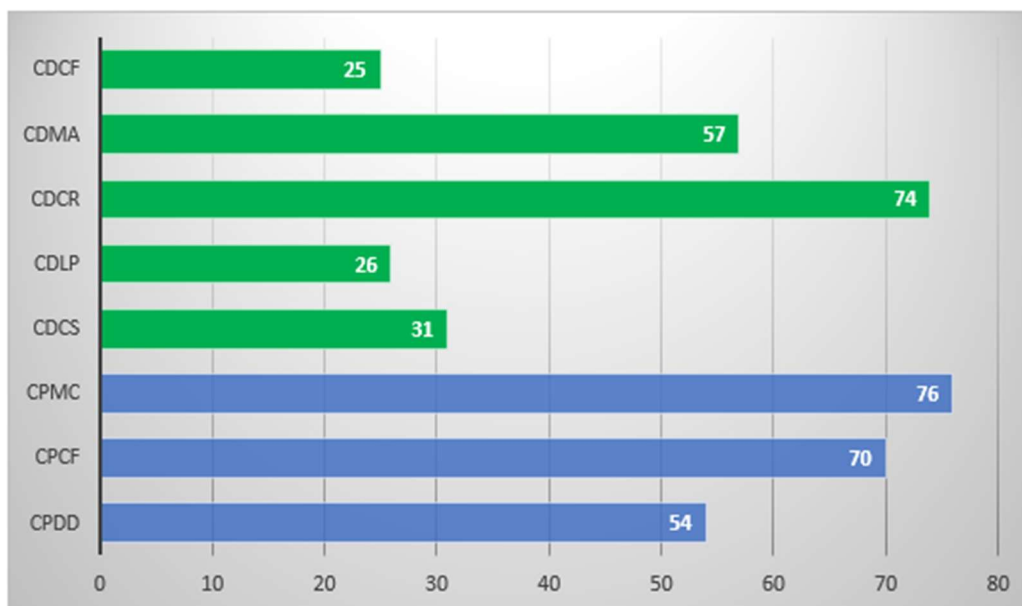


Resultados

En el primer análisis, los datos han arrojado la cantidad de publicaciones clasificadas en cada categoría, considerando que la codificación ha sido múltiple. Por un lado, la categoría sobre contenido personal cuenta con 200 publicaciones, equivalente a un 72,99% sobre 100, y la categoría sobre contenido didáctico, con 213 publicaciones, que suponen un 77,73% sobre 100, siendo la diferencia muy estrecha entre ambas.

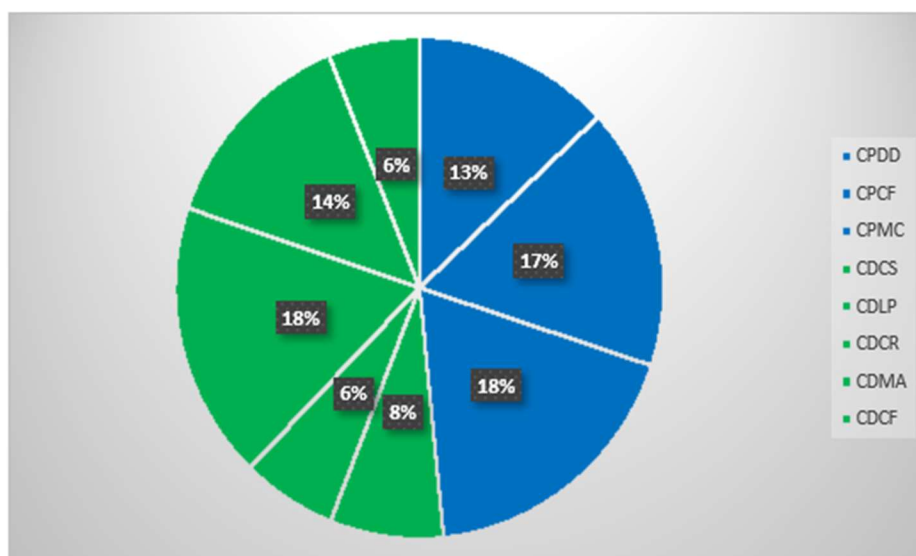
En los gráficos inferiores se muestran las cantidades y porcentajes según cada subcategoría:

Figura n.º 1 Cantidad de publicaciones según el sistema de categorización



Se ha obtenido que la categoría predominante es la denominada ‘Contenido Personal: Mensajes a la comunidad’ (CPMC), relativa a experiencias personales de vida y al traslado de reflexiones y opiniones, escondidos bajo el humor en muchas ocasiones, y como interpretación de autenticidad con la comunidad de seguidores. Sabiendo lo anterior, los porcentajes (aproximados al alza) de las cantidades de publicaciones por categoría y por subcategoría se registran del siguiente modo:

Figura n.º 2 Porcentajes de publicaciones según el sistema de categorización





Se puede comprobar cómo las dos categorías principales son semejantes en cuanto a porcentaje cuantitativo, teniendo la personal un 48% y la de contenido didáctico el 52% relativo. Con lo expuesto, se cumple la resolución del objetivo de la investigación “conocer qué contenidos educativos predominan en los perfiles de los influencers educativos Instagram”.

Por otro lado, en base a las categorías, se han encontrado diferentes temas, que son la publicidad (categoría 2, 3 subcategorías, 131 publicaciones), las experiencias docentes (categoría 1, 2 subcategorías, 124 publicaciones), las experiencias de vida (categoría 1, 1 subcategoría, 76 publicaciones), la elaboración de materiales (categoría 2, 1 subcategoría, 57 publicaciones), y la conciencia docente (categoría 2, 1 subcategoría, 25 publicaciones).

La primera categoría del sistema es relativa al Contenido Personal (CCTP), desde donde se acercan a los seguidores mostrando su espíritu de autenticidad y creando red de apoyo y difusión. Cuenta con tres subcategorías y dos temas principales que son, las experiencias docentes y las de vida y muestras de autenticidad.

Así, la subcategoría primera es la denominada Diario Docente (CPDD). Implica mensajes de rutinas laborales, anécdotas de las aulas, y opiniones profesionales sobre algún asunto. La segunda subcategoría es Consejos y Frases motivadoras (CPCF). Aquí expresan opiniones, comparten versos propios, muestran consejos de manera solidaria bajo la propia experiencia, o bien se parte de contenidos de otros autores célebres citados para comentarlos. Por último, la tercera subcategoría en esta primera parte es Mensajes a la comunidad (CPMC). En esta subcategoría, los perfiles pueden exponer desde una opinión sobre un asunto, hasta la celebración de un acontecimiento familiar, la exposición de fotografías de algún viaje realizado, o simplemente una imagen propia deseando un buen día a sus seguidores.

La segunda categoría del sistema es relativa al Contenido Didáctico (CCTD). Esto implica la recogida clasificatoria de los mensajes transmitidos desde lo profesional de cada perfil, con el objetivo de transmitir información, aprendizaje o algún contenido material que se busque o posibilite alguna utilidad a la comunidad, además de una puesta visible de cómo lo personal ocupa mucho contenido en Instagram, sirviendo la dualidad de categorías como comparativa. Cuenta esta categoría con cinco subcategorías y aborda tres temas que son, la publicidad, la elaboración de recursos didácticos y exposición de materiales relativos, y la conciencia docente.



La subcategoría primera es la denominada Conferencias y Seminarios (CDCS) y narra experiencias profesionales en la impartición de este tipo de encuentros, o bien los dan a conocer para su difusión y asistencia, mostrando por otro lado, otra vertiente del campo profesional docente, no tan conocida, o sólo esperada de personajes célebres y no “influencers” o docentes usuales. La segunda subcategoría es Libros y Publicaciones (CDLP). Esta es similar a la anterior, sólo que recoge los contenidos que están por escrito. Se encuentran tanto publicaciones propias como recomendaciones externas. La siguiente subcategoría es Ofertas, Colaboraciones y Recomendaciones (CDCR). Esta abarca aquellos mensajes transmitidos desde un aspecto publicitario en toda su expresión, además de con el interés del beneficio económico y de difusión y repercusión. La cuarta subcategoría es Materiales (CDMA). Se encuentran dos vertientes en esta subcategoría, una que hace referencia a recursos didácticos elaborados por el propio perfil o recomendado, y otra con materiales físicos útiles en las aulas, como juegos. La última subcategoría en esta segunda parte es Celebraciones y Festividades (CPCF), que manifiesta la relevancia de ciertos días en el calendario académico, y pretende la difusión de la conciencia social y educativa.

Así, con los resultados obtenidos hasta ahora en el primer análisis, se puede entender que un influencer educativo está marcado por el número de seguidores pero también por su contenido, y que más allá de los compartidos externamente, destacan de manera significativa y desconocida los contenidos personales expuestos, que sirven para crear así una red de apoyo con sus públicos, al que consideran estar dirigiéndose entre iguales.

Esto último, que es también un aspecto relevante en educación, se observa a través del lenguaje propio que usan los usuarios de la muestra o con el feedback obtenido.

En el segundo análisis se han desgranado las respuestas relativas a quién lo dice, cómo lo dice, y qué nivel cognitivo tiene. Todos los perfiles corresponden a una cuenta de educación de carácter profesional.

El primer perfil de la muestra expone recursos, ideas, noticias e imágenes educativas día a día. El lenguaje que emplea es ameno y directo, no hace uso de hashtag con su comunidad y la extensión de los textos que publica es breve. En sus resultados, en la primera categoría sobresalen con más de un 20% los consejos y frases motivadoras o célebres. Le siguen los aspectos compartidos a modo de diario docente, y de cerca continúan los mensajes a la comunidad. Por el otro lado tenemos la categoría referida a los contenidos didácticos, que de



manera global está unos seis puntos por debajo de la anterior. En este caso, la subcategoría referida a conferencias y seminarios no aparece, y las referidas a libros y publicaciones y a fechas de celebración en muy pocas ocasiones. Los materiales y recursos y las colaboraciones y recomendaciones sí son compartidas en este perfil, estando la segunda subcategoría mencionada algo por encima de la primera.

El segundo perfil destaca confesiones, comparte imágenes irónicas acompañadas de textos donde generalmente incluye su opinión, y además, difunde su serie de cuatro libros sobre recursos para maestras. Su perfil está verificado. Se trata de una maestra de Educación Primaria, defensora de la escuela vaciada, que actualmente se encuentra en proceso de oposición. Se autodefine también como creadora digital. Tiende a exponer todas las imágenes en blanco y negro y con poco texto dentro de las mismas. El lenguaje es muy directo, hace preguntas a la comunidad, y emplea hashtags. En su cuenta de nuevo sobresale la primera categoría pese a no saber por ejemplo el nombre de la usuaria, pero su manera de transmitir tan auténtica y expresando su opinión desde el respeto, le han hecho llegar a un gran número de personas a través de sus redes sociales. La subcategoría más relevante en su cuenta es la de diario docente. Siguen los mensajes a la comunidad con un tono irónico, y por último publica algunos contenidos sobre consejos propiamente o frases motivadoras. Respecto a la categoría más didáctica, no aparecen conferencias y seminarios, lo que deja intuir que no imparte, y a los que asiste no los publicita de ninguna forma. Por otro lado, las festividades sí las suele mencionar, hace publicidad de sus propios libros y colaboraciones, y por último y en menor medida, comparte algunos materiales físicos.

El tercer perfil destaca principalmente reflexiones personales, experiencias docentes y recursos materiales que elabora con fin didáctico. Se trata así de Loreto Díaz, una maestra sevillana de Educación Primaria con mención en inglés, que tras finalizar el grado universitario en la US, aprobó en el año 2019 las oposiciones al cuerpo de maestros y lleva tres años de experiencia laboral en centros educativos públicos de Andalucía. Con una vocación firme desde pequeña, cree en una educación desde el corazón. Ha desarrollado diferentes ponencias además de que ayuda en la preparación a opositores. Publica principalmente recursos online y cuenta con una página web propia con productos comerciales. Su vocabulario es muy sencillo, cuenta con un gran carisma que le hace entablar cercanía con su comunidad, y aunque la extensión de sus escritos en las publicaciones suelen ser largas, aportan mucha autenticidad. Es por ello que



de manera clara los resultados tangibles han arrojado nuevamente cómo la categoría personal sobresale respecto de la que aborda contenidos meramente didácticos. Esta maestra usualmente hace una publicación narrando su día o su semana, con experiencias nuevas, anécdotas y alguna que otra imagen divertida. Por ello también tiende a transmitir muchos mensajes a sus seguidores, de ánimo, de opinión o a modo de consejo. También comparte muchas reflexiones sobre la vida y sus amistades y familia. Así, las tres subcategorías son las más repetidas. Por la otra parte, en lo didáctico no se encuentran conferencias y seminarios publicados en la fecha analizada, así como tampoco ningún post sobre alguna publicación o libro, pero sí hay colaboraciones, referencias a festividades señaladas en el calendario académico, y sobre todo materiales didácticos, que suele o compartir o hacer ella misma y después publicarlos como referencia o ayuda. Estos suelen ser juegos para las aulas, plantillas organizadoras o de programación y plantillas de evaluación.

El cuarto perfil destaca algunas reflexiones personales, experiencias docentes e información sobre las conferencias y seminarios que ofrece, así como de los libros que publica. Se define a sí mismo como maestro, escritor y conferenciante y es un gran defensor de los Derechos de la Infancia. El usuario detrás del perfil es César Bona, quien nace en Zaragoza en 1972, siendo licenciado en Filología Inglesa además de diplomado en Magisterio en Lengua Extranjera, ambos estudios por la Universidad de Zaragoza. Entre los años 2017 y 2019 ha formado parte del jurado de los Premios Princesa de Asturias, y ha participado en los Congresos Mundiales por los Derechos de la Infancia. Además, este maestro ha recibido numerosos premios y respecto a la educación universitaria que ofrece, es el director del curso Aprendizaje Creativo e Innovación Docente en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, profesor de varios másteres. Respecto a sus conferencias, las ha llevado a cabo además de en España en diferentes países de Europa y América Latina. Se observa que estéticamente usa plantillas y colores similares. Con este perfil volvemos a encontrar subcategorías sin mensajes publicados, y por primera vez el contenido didáctico sobrepasa al personal. Este último mencionado se da mayoritariamente en forma de consejos o publicando frases de motivación o reflexión, o de algunos autores citados. Siguen algunas reflexiones a la comunidad y por último el diario docente, ya que este docente no muestra un día a día en las aulas, ya que su actividad profesional se centra más fuera de ellas, en las conferencias. Respecto de lo didáctico, en la fecha seleccionada no hay publicaciones sobre libros o materiales didácticos, pero sí la más



destacada sobre conferencias y seminarios como cabe esperar, sobre festividades relevantes en el calendario, y sobre recomendaciones en menor medida.

El quinto perfil destaca tips, juegos y libros, habiendo publicado tres. Se trata de Ana Moreno, una maestra de Educación Infantil y Primaria, con la mención en TIC, que estudió un máster en Atención Temprana. Defiende la inclusión en el aula además de temáticas relativas a las inteligencias múltiples o la educación emocional. Se observa que estéticamente usa plantillas y colores siempre similares. Su vocabulario es comprensible, se dirige preferentemente a otros profesionales de la educación, consultándoles la opinión y ofreciendo feedback, y la extensión de sus escritos en las publicaciones suelen ser de larga extensión. Hace uso por otra parte de varios hashtags propios. Ana Moreno apenas utiliza su perfil en la red social para compartir contenido personal, en cualquier caso, lo hace con un número de publicaciones reducido sobre algún suceso en sus aulas acompañado de alguna reflexión particular. Esta maestra sobresale por publicar casi todos sus mensajes con algún contenido didáctico, pese a no hacer referencia alguna a conferencias o seminarios. Sí las hace a algunos libros, ninguno propio, y señala también algunos días en el calendario académico. Destaca entonces, y de manera muy igualada por las colaboraciones con empresas, recomendaciones de materiales y la publicación de estos recursos de manera física para su elaboración.

El sexto perfil destaca la divulgación de contenidos educativos, especialmente lo relativo a material para opositores, así como la publicidad sobre su libro en tres volúmenes, que son del mismo tema. Se trata de Miguel Ángel Caballero, nacido en Los Palacios y Villafranca, en Sevilla, en el año 1992. Es maestro de Educación Primaria, Educación Física e Inglés. Además, cuenta con un máster en Educación y TIC y ofrece formaciones, todo relativo al tema preparador de oposiciones de docencia por curso, a lo que se dedica desde el año 2017. Se observa que estéticamente sigue plantillas con colores similares que dan un enfoque estético uniforme a su perfil y sirven de marketing comercial. Su vocabulario es comprensible, se dirige preferentemente a otros profesionales de la educación también, y la extensión de sus escritos en las publicaciones suelen ser larga. Hace uso por otra parte de varios hashtags, pero no propios. Miguel Ángel destaca por compartir más contenidos didácticos también, aunque comparte algunas reflexiones personales o algún consejo. Publica contadas ocasiones, y especialmente lo hace entorno a colaboraciones, recomendaciones o publicidad de sus libros,



conferencias y seminarios. De manera igualada comenta mensajes sobre fechas señaladas o materiales didácticos para opositores.

El séptimo perfil lo dirige el mismo hombre que el primer perfil. Manuel Velasco Rodríguez nace en León y se autodefine como un maestro con los pies en la tierra y la cabeza en las estrellas. Con gran vocación, ha sido galardonado en varias ocasiones. Es creador también, y escritor, contando con cuatro libros publicados. Participa en congresos y es habitual ver cómo en este perfil muestra muchos más detalles de su día a día a nivel personal. Hace uso por otra parte de varios hashtags propios y en esta cuenta no hace referencia al diario docente que sí lo hace en su primera cuenta, pero, sin embargo, publica los mismos consejos y reflexiones, volviendo por tanto a destacar el contenido personal, aunque de manera más notable. Con este perfil el número de publicaciones son más reducidas, no hay varias al día, y no comparte materiales. Sí da bastante mención a días célebres, algunos libros, y a conferencias interesantes. Podemos intuir así más sus gustos personales y camino profesional en esta cuenta que en la primera.

El octavo perfil destaca valoraciones y contenidos relativos a la preparación de oposiciones. Se trata de Santiago Moll, un docente catalán. Imparte principalmente sus cursos de manera online. Se observa que estéticamente usa plantillas y colores similares que dan homogeneidad a su cuenta. Santiago Mol por su parte es claramente un ejemplo de perfil exclusivamente profesional, ya que casi todo su contenido al completo es meramente didáctico, y sólo referido a recomendaciones sobre su tema, las oposiciones, y materiales para lo mismo. De manera mucho más reducida hace alguna reflexión, especialmente relacionada con la legislación educativa, siendo esto lo poco que da cabida a mensajes personales en su cuenta. Es así el perfil con menos subcategorías encontradas.

El noveno perfil destaca los contenidos didácticos relativos a ciencias y comparte publicaciones personales, donde predomina la exposición de viajes. Unicoos comienza como un sitio web educativo creado en 2011. Tras este nombre encontramos a David Calle, un ingeniero de telecomunicaciones licenciado por la Universidad Politécnica de Madrid. Pese a esta formación académica tiene una vocación docente clara y defiende la inclusión de las ciencias en el aula. Actualmente en activo, ha recibido premios y reconocimientos como el Global Teacher Prize Top10 2017. Además, tiene varios libros propios publicados para el estudio de las materias educativas de ciencias. Se dirige preferentemente al alumnado del nivel



secundaria y bachillerato, ofreciendo feedback. David Calle no publica su día a día en sus redes sociales, sin embargo, en la fecha seleccionada para la investigación hizo un viaje que compartió con su comunidad, mostrando que hay una persona también detrás de un docente, que necesita descansar, relacionarse, conocer nuevos lugares y reflexionar, y este ha sido un factor detonante en sus resultados ya que ha disparado las publicaciones de contenido personal. Respecto a la categoría de contenido didáctico, cabe mencionar que se da en una cantidad considerable, aunque menor, sobresaliendo entre sus subcategorías la referida a libros, ya que tiene varios propios sobre los contenidos educativos que explica de ciencias, y los publicita y recomienda para su uso. También destacan sus menciones a días señalados.

El décimo y último perfil lo dirige una mujer que destaca sus artículos de opinión y publicidad sobre sus libros y conferencias. Es una canadiense afincada en Barcelona que cuenta con un máster Europeo Oficial de Investigación por IESE Business School y es Doctora en Educación y Psicología. La revista suiza *Frontiers in Human Neuroscience* publicó el artículo, *The Wonder Approach To Learning*, que convierte su tesis en una nueva hipótesis/teoría de aprendizaje. Ha recibido diferentes premios también y es autora de tres libros traducidos a diferentes idiomas y también de artículos sobre el tema educativo para varios medios de la comunicación como los *periódicos El País, La Vanguardia, El Mundo o el Huffington Post*. También participa en el proyecto BBVA *Aprendemos Juntos* con sus ponencias. En su análisis de datos predomina de nuevo el contenido didáctico sobre el personal, de manera notable.

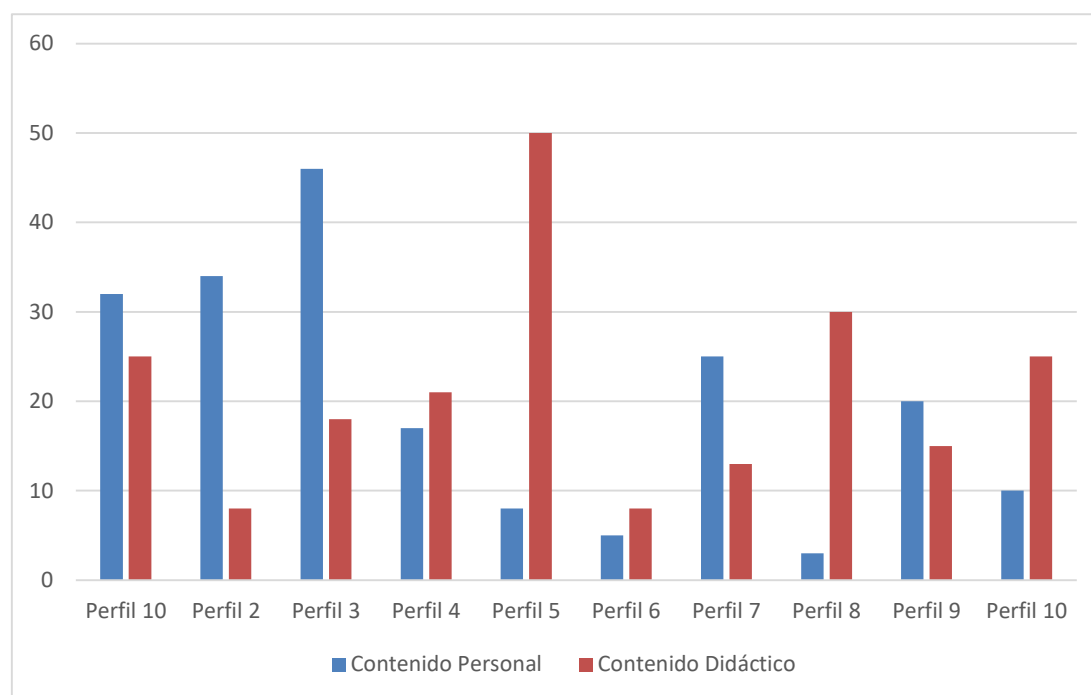
De esta manera, de este último análisis se concluye que la actividad profesional de los perfiles tiene relación con los temas que comparten en sus cuentas de Instagram, dándole identidad así a las mismas y teniendo unos temas específicos de interés sobre los que informar a sus comunidades.

Se podrían encontrar en este análisis varios subgrupos. Uno de ellos más asociado a publicaciones sobre ponencias, donde destaca una reconocida trayectoria profesional y predomina la categoría didáctica; otro asociado a materiales y recomendaciones, donde según el carisma del usuario, sobresale un contenido u otro, y un último que expone mayor contenido de carácter personal y publica consejos, frases y recomendaciones, con mayor feedback en su comunidad.

Cabe mencionar que los nodos en común encontrados por subcategorías se dan entre los perfiles 1 y 7 (subcategoría CPCF), hecho lógico ya que ambos perfiles son gestionados por el mismo usuario, entre los perfiles 2 y 3 (subcategoría CPDD), que sería la más consumida dado que son dos de los tres perfiles con mayor número de seguidores, entre los perfiles 4 y 10 (subcategoría CDCS), hecho concordante al tratarse de docentes escritores, y por último entre los perfiles 5, 6 y 8 (subcategoría CDCR), siendo el único nodo triple. Dos nodos pertenecen a la categoría de aspecto personal, y otros dos a la de contenido didáctico.

En este último gráfico podemos ver una comparativa entre todos los perfiles y los resultados obtenidos por cada uno en las dos categorías:

Figura n.º 3 Gráfico frecuencia mensajes publicados por categoría y perfil



Discusión

Coincidiendo con Marcelo-Martínez (2020), que afirmaba que las prácticas inspiradoras de los influencers educativos pueden lograr objetivos de la educación, cabe concluir que este tipo de espacios ofrecen un nuevo medio de formación a perfiles profesionales, y los influencers educativos están impulsando esto, fomentando la creación de espacios para la comunidad educativa e innovando y mejorando el ejercicio de la enseñanza. Del Moral (2025) señala



también que la educación en abierto, masiva y gratuita, como la ofrecida en redes sociales, ha supuesto una revolución pedagógica importante en los últimos años, provocando el surgimiento de nuevas estructuras formativas.

Un estudio de Santos (2023) ha concluido que la creciente utilización de Instagram en la escuela primaria tristemente corresponde con una utilización de la red social por parte de los influencers como una forma de mercantilización, y aunque esto se ve en algunos de los perfiles de la muestra de esta investigación, los resultados en esta ocasión distan porque prevalece lo personal, la colaboración y el compartir formando esa red de apoyo.

Así, los resultados arrojados en esta investigación dan significación a la figura de los influencers, y evidencian cómo comparten tanto contenido profesional como personal, siendo esto un nuevo distintivo y lo que aporta autenticidad y favorece además la influencia en las comunidades. Estos datos obtenidos respecto a la aportación del aspecto personal, no quedan estudiados en profundidad en la literatura científica recogida, que mayoritariamente explica el fenómeno social y la repercusión sin buscar conocer las personas que hay detrás de cada perfil. Esta investigación ha buscado los mensajes transmitidos por estos influencers, y el aspecto personal ha sido fundamental para ello, para comprender el porqué lo hacen, cómo lo transmiten, cómo crean, cuáles son las preferencias o a quién se dirigen. Izquierdo-Iranzo y Gallardo-Echenique (2020) exponen en su estudio también que al margen del entorno institucional, los “estudigramers” (líderes del ámbito académico en Instagram), sobresalen por su orden, apuntes, estética y también por compartir consejos, experiencias y transmitir apoyo, hechos coincidentes con estos resultados.

En otras investigaciones además, destacan datos sobre los materiales didácticos en base a una metodología, o sobre evaluación, estando ambos aspectos en minoría en este trabajo, y por otro lado, sin una muestra diversa como la seleccionada. Esta aportación supone una diferencia relevante en el análisis y que concluye el posible motivo del auge de Instagram sobre otras redes sociales para este ámbito, así como del respeto profesional al influencer educativo, ya que el funcionamiento de esta red social es el que quieren preferentemente los seguidores que buscan esa red de apoyo, con experiencias similares donde verse reflejados y donde el docente enseña con pasión, vocación y para ofrecerte ayuda.

Así, tras el análisis realizado en la investigación, se detecta una limitación a resolver que radica en la falta de investigaciones sobre los usos de las redes sociales en educación, y



como una posibilidad de desarrollo profesional. Por otra parte, algunas futuras líneas de investigación pueden ser la ampliación de los formatos de la red social Instagram contemplados o la apertura de la investigación a otras redes sociales, la posibilidad de aplicación de cuestionarios a seguidores de los perfiles de la muestra seleccionada, el análisis profundo de la identidad docente, el estudio de la influencia de las RRSS en las emociones o el análisis de la repercusión económica que la difusión de contenidos y colaboraciones ofrecen al creador de contenido.

Conclusiones

Cabe concluir tras el desarrollo de esta investigación que las redes sociales ofrecen un nuevo medio de formación a perfiles profesionales. Así, los resultados de esta investigación dan significación a la figura de los influencers, y evidencian cómo comparten contenido personal, siendo esto un nuevo distintivo. Se puede concluir que la literatura actual sobre el tema es escasa, que existe un ajuste de contenidos transmitidos entre didácticos y personales y que estamos ante un nuevo espacio educativo, en continua transformación, con la intención de mejorar la calidad educativa y donde se crea una red de apoyo y retroalimentación en la que la formación y el nivel de cognición de los influyentes repercute en los contenidos que mayormente exponen.

Referencias bibliográficas

- Carpenter et al. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>
- de Martino, M., Kovalenko, S., Tkach, G., & Isidori, E. (2022). Education and social networking: Between connectivism and the critical social philosophy of the new media. *RUDN Journal of Sociology*, 22(1), 137–149. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2022-22-1-137-149>
- del Moral Pérez, M. E. (2015). Reseña del libro La expansión del conocimiento en abierto: los MOOC, de Esteban Vázquez Cano, Eloy López Meneses y José Luis Sarasola Sánchez-Serrano [reseña en línea]. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(1), 145-150. <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i1.2296>



- Estudio Alfa (2020). *El impacto de las redes sociales en la sociedad*. Estudio Alfa. <https://estudioalfa.com/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad>
- Equipo SM (20 de octubre de 2020). «*Influencers educativos*», *claves para transformarnos en adultos inspiracionales*, p.1. <https://www.grupo-sm.com/es/post/influencers-educativos-claves-para-transformarnos-en-adultos-inspiracionales>
- Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). The academic use of social networks among university students. *Comunicar*, 19(38), 131–138. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- IAB (2022). *Estudio Redes Sociales*. IAB. <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2022/>
- Izquierdo-Iranzo, P., & Gallardo-Echenique, E. (2020). Studygrammers: Learning influencers. [Estudigramers: Influencers del aprendizaje]. *Comunicar*, 62, 115-125. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-10>
- López-Torres, E., Carril-Merino, M. T., Miguel-Revilla, D., Verdú, M. J., & de la Calle-Carracedo, M. (2022). Twitter in Initial Teacher Training: Interaction with Social Media as a Source of Teacher Professional Development for Social Studies Prospective Educators. *Sustainability (Switzerland)*, 14(23). <https://doi.org/10.3390/su142316134>
- Marcelino, G. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes* 14(13), 48–72. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.821>
- Marcelo, C., & Marcelo, P. (2021). Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional. *Comunicar*, 29(68), 1–10. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-06>
- Marcelo-Martínez, P. (2020). Influencers educativos. Figuras que determinan la generación de aprendizajes informales a través de la red social Twitter. [Trabajo Fin de Máster Inédito]. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/109159>



- Marcelo-Martínez, P., Yot-Domínguez, C., & Marcelo, C. (2023). Los docentes y las redes sociales: Usos y motivaciones. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 23(72). <https://doi.org/10.6018/red.523561>
- Naval, C., Lara, S., Ugarte, C., & Sádaba, C. (2010). Educar para la comunicación y la cooperación social. *ESE: Estudios de Investigación* 20, 272-274. <https://doi.org/10.15581/004.20.4573>
- Santos, D. (19 de julio, 2023). *Influencers educativos* [Audio podcast]. Píldoras de educación, 33. <https://www.pildorasdeeducacion.com/podcast/33>
- Shelton, C., Schroeder, S. & Curcio, R. (2020). Instagramming their Hearts Out: What Do Edu-Influencers Share on Instagram?. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 20(3), 529-554. Waynesville, NC USA: Society for Information Technology & Teacher Education. Retrieved October 8, 2023 from <https://www.learntechlib.org/primary/p/215623/>
- Tur, G., Marín-Juarros, V., & Carpenter, J. (2017). Using Twitter in Higher Education in Spain and the USA. [Uso de Twitter en educación superior en España y Estados Unidos]. *Revista Comunicar*, 51, 19-28. <https://doi.org/10.3916/C51-2017-02>