

La competencia mediática en los perfiles pedagógicos de la profesora Alba Marília

Media competence in the pedagogical profiles of teacher Alba Marília

A competência midiática nos perfis pedagógicos da professora Alba Marília

Aléxia Roche

Universidad de Sorocaba
Sorocaba, Brasil

alexiaroche@hotmail.com

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9105-8456>

Tágides Renata de Mello Kaam

Universidad de Sorocaba
Sorocaba, Brasil

prof.tagides@gmail.com

 ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8844-8590>

Maria Alzira de Almeida Pimenta

Universidad de Sorocaba
Sorocaba, Brasil

alzira.pimenta@gmail.com

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5775-5856>

Recibido – Received – Recebido: 15/07/2024 Corregido – Revised – Revisado: 23/08/2024 Aceptado – Accepted – Aprovado: 29/08/2024

DOI: <https://doi.org/10.22458/ie.v26iespecial.5392>

URL: <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/innovaciones/article/view/5392>

Resumen: La competencia mediática es un reto y una necesidad para la formación del profesorado, ya que los contenidos mediáticos están presentes en la vida escolar y social cotidiana, además, a menudo, se utilizan o se accede a ellos sin los conocimientos necesarios. Por lo tanto, la competencia mediática se convierte en fundamental para que las personas usuarias consuman y produzcan contenidos de forma crítica y analítica. Por lo que el objetivo de este estudio fue comprender la producción de contenidos en los medios sociales por parte de la profesora Alba Marília y su relación con la competencia mediática. Para ello, se realizó un estudio mediante netnografía a fin de analizar sus vídeos más populares en YouTube y sus reels en Instagram. Se analizaron los comentarios de los vídeos en ambas redes sociales que, al igual que las entrevistas, sirvieron de base para comprender cómo las dimensiones de la competencia mediática de Ferrés y Piscitelli (2012) pueden observarse en los perfiles de la profesora. Los resultados muestran que los vídeos de la profesora explicitan algunas dimensiones de la competencia mediática, como el lenguaje y la tecnología. Se puede concluir que, con un enfoque pedagógico accesible, Alba Marília demuestra conocimiento de los medios y compromiso con la formación del profesorado, enriqueciendo la práctica educativa con ejemplos de actividades lúdicas y psicomotrices.

Palabras claves: tecnología educacional, enseñanza multimedia, formación de profesores, medios sociales, educación de la primera infancia.

Abstract: Media literacy is a challenge and a necessity for teacher education because media content is present in everyday school and social life. Moreover, it is often used or accessed without the necessary knowledge. Therefore, media literacy is fundamental for people to be able to consume and produce content critically and analytically. The aim of this study was to understand the production of content in social media carried out by Professor Alba Marília and its relationship with media literacy. For this purpose, a netnography study was conducted to analyze her most popular YouTube videos and Instagram stories. The comments on the videos in

both social networks were analyzed, which, like the interviews, served as a basis for understanding how Ferrés and Piscitelli's (2012) dimensions of media literacy can be observed in the professor's profiles. The results show that the teachers' videos make some dimensions of media literacy explicit, such as language and technology. It can be concluded that Alba Marília, with an accessible pedagogical approach, demonstrates media literacy and commitment to teacher training, enriching activities.

Keywords: Educational technology, multimedia teaching, teacher training, social media, early childhood education

Resumo: A competência midiática é um desafio e uma necessidade para a formação de professores, uma vez que o conteúdo midiático está presente na vida escolar e social cotidiana, e muitas vezes é utilizado ou acessado sem o conhecimento necessário. Portanto, a competência midiática torna-se essencial para que as pessoas usuárias consumam e produzam conteúdo de forma crítica e analítica. Portanto, o objetivo deste estudo foi compreender a produção de conteúdo nas redes sociais da professora Alba Marília e sua relação com a competência midiática. Para isso, foi realizado um estudo utilizando netnografia para analisar seus vídeos mais populares no YouTube e seus reels no Instagram. Foram analisados os comentários dos vídeos em ambas as redes sociais, que, assim como as entrevistas, serviram de base para a compreensão de como as dimensões da competência midiática de Ferrés e Piscitelli (2012) podem ser observadas nos perfis da professora. Os resultados mostram que os vídeos da professora explicam algumas dimensões da competência midiática, como a linguagem e a tecnologia. Pode-se concluir que, com uma abordagem pedagógica acessível, Alba Marília demonstra conhecimento da mídia e compromisso com a formação do professorado, enriquecendo a prática educativa com exemplos de atividades lúdicas e psicomotoras.

Palavras-chave: tecnologia educacional, ensino multimídia, formação de professores, mídias sociais, educação infantil.

INTRODUCCIÓN

El progreso tecnológico y el uso de los medios de comunicación se destacan como elementos transformadores en diversos sectores de la sociedad: el trabajo, la comunicación, la cultura, el ocio, el arte e incluso la educación. En la educación, el avance de la tecnología ha aportado importantes beneficios, como el acceso a recursos didácticos diversificados y la posibilidad de la enseñanza a distancia. Sin embargo, también presenta desafíos, especialmente en lo que se refiere a la integración de la tecnología en el entorno educativo. La velocidad de los cambios tecnológicos supera a la capacidad de adaptación de los sistemas educativos y de los propios profesores, lo que plantea retos sobre cómo garantizar la calidad y la eficacia del uso de las herramientas digitales y mediáticas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Estos desafíos, sumados a la mediatización de la vida, especialmente con la participación masiva de las personas en redes sociales virtuales, exigen una reflexión sobre los impactos en la educación en general y en la formación de docentes de primera infancia. Según Lemos (2008), el uso de las redes sociales es parte integrante de la cultura contemporánea vinculada a las tecnologías digitales. Esta cultura se desarrolla a través de procesos de virtualización, ciberespacio, simulaciones y tiempo real, estableciendo una interacción entre la vida social y técnica, conocida como cibercultura. Las redes sociales, así como las plataformas para compartir contenidos, son espacios de interacción y, muchas veces, de aprendizaje; ya que, según Paula (2023), en la pandemia COVID-19, el espacio de aprendizaje se ha convertido en la propia casa del alumno. En consecuencia, se necesitaron recursos tecnológicos para continuar el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Por lo tanto, entender cómo utilizar estas herramientas de forma pedagógicamente eficaz y ética es importante para promover prácticas educativas innovadoras. Un análisis crítico de los contenidos difundidos en estas plataformas permite identificar estas prácticas pedagógicas, problematizarlas y valorar sus aportaciones a la formación del profesorado.

Incluso con el fin de la pandemia, la interacción en las redes sociales y la producción de contenidos siguió siendo intensa. Ante este cambio, es fundamental analizar los contenidos que están influyendo en

la formación y la práctica de las personas educadoras. ¿Cuáles son los contenidos más consultados? ¿De qué tratan? ¿Cuál es la competencia mediática de estos educadores influyentes?

Competencia mediática, así como educación y alfabetización mediáticas, son términos ampliamente utilizados por un grupo creciente de investigadores que prestan atención, como Buckingham (2022), Fantin (2011) y Gutiérrez–Martin et al. (2022), a los efectos del acceso a los medios de comunicación por parte de la niñez, personas jóvenes y adultas que no están preparadas para los problemas causados por ellos, los analfanautas (Romero et al., 2016). Entre los problemas se encuentran la desinformación, el fraude, las *fake news* y el *ciberbullying*.

Aquí, la competencia mediática se adopta como una etapa de desarrollo en la que es posible resolver problemas (relacionados con los medios) mediante la movilización de conocimientos (sobre los medios), habilidades (cognitivas) y actitudes (valores), basándose en Ferrés y Piscitelli (2012). Por lo tanto, esta pretende que las personas se conviertan en consumidores más informados y críticos, capaces de hacer un uso consciente de los medios de comunicación. Para alcanzar dicha competencia, es necesario pasar por la alfabetización mediática (que implica adquirir conocimientos, ejercitar habilidades y tomar conciencia de los valores) y a este proceso se le denomina educación mediática. Por lo tanto, es crucial reflexionar sobre las redes sociales y su conexión con la educación, más concretamente sobre la difusión de contenidos en páginas destinadas a la formación del profesorado. Dada esta justificación, la investigación se centró en los contenidos multimedia publicados en la página de Instagram y en el canal de YouTube de Alba Marília, profesora de educación infantil.

La docente *influencer* es una pedagoga que cuenta con 300.000 seguidores en Instagram y 134.000 suscriptores en su canal de YouTube. Los tópicos publicados en sus canales de redes sociales están dirigidos a docentes de educación infantil y abarcan una variedad de temas relacionados con este colectivo. Por lo que el objetivo del estudio fue comprender la producción de contenidos de la profesora Alba Marília y su relación con la competencia mediática. Para ello, fue necesario analizar los contenidos producidos y más vistos en las redes sociales de Alba, examinándolos a través de las dimensiones de la competencia mediática propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012).

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio tiene un enfoque cualitativo, además, utiliza entrevistas y la adaptación de la *netnografía* como método de recogida de datos. Según Kozinets (2007), cuando el investigador se transforma en *netnógrafo*, se convierte en experimentador, siguiendo e involucrándose con el objeto de estudio a lo largo de la investigación.

De acuerdo con Amaral, Natal y Viana (2008), este tipo de recogida de datos facilita el acceso a la información, ya que los datos en línea se crean digitalmente y están a disposición de la persona investigadora. Dicho esto, la *netnografía* es una metodología que se ha desarrollado con el crecimiento de las interacciones sociales en internet, ya que permite a la persona investigadora explorar y comprender los contextos digitales de forma profunda y participativa. Para Kozinets (2007), esta inmersión facilita la captación de detalles y la comprensión de aquello a lo que no se podría acceder solo con los métodos tradicionales de investigación. Así, aplicando la *netnografía*, las personas investigadoras pueden analizar cómo se manifiestan y evolucionan los comportamientos, las interacciones y los discursos dentro de las comunidades en red, ofreciendo una perspectiva contextualizada de los fenómenos sociales contemporáneos.

Con este fin, las autoras de este estudio siguieron el canal de YouTube y el perfil de Instagram con el mismo nombre de la profesora Alba Marília. En cuanto a estas redes, Campos y Costa (2019) señalaron que

existen diferentes tipos de redes sociales con distintos objetivos, como LinkedIn, YouTube, Instagram y Facebook. Instagram es una de las redes sociales de más rápido crecimiento en el mundo (Sheldon y Bryant, 2016). Lanzada en 2010, esta red social permite a las personas compartir fotos, vídeos cortos, historias y momentos de la vida. Según Suess (2014), la popularidad de la plataforma refleja el crecimiento de una cultura visual en la sociedad. Se accede a la información principalmente a través de imágenes, textos y vídeos.

Por su parte, YouTube se creó en 2005 con el propósito de compartir vídeos. En 2015, se convirtió en el segundo mayor motor de búsqueda, con más de mil millones de usuarios activos y seis mil millones de horas de vídeos vistos al mes (Martins, 2018). Hasta el día de hoy, la red es una fuente importante de investigación y producción de medios, además, es utilizada por personas que buscan contenido en una variedad de categorías.

Se estableció un periodo de 10 días para monitorizar el contenido publicado por la *influencer* docente. Tras este seguimiento, se eligieron tres vídeos de cada red social para su análisis, basándose en las dimensiones de la competencia mediática de Ferrés y Piscitelli (2012). En Instagram, los vídeos seleccionados tenían el formato *reels* que, según la red social, se pueden definir como vídeos cortos que ofrecen: “una forma divertida de conectar con tu comunidad a través de vídeos interesantes que inspiran a cualquiera a participar” (Instagram, 2024).

Los criterios para elegir los vídeos fueron: los más vistos y que tuvieran habilitados los comentarios para su visualización, ya que en ambas redes sociales es posible bloquear los comentarios de las personas usuarias. La recogida de datos se realizó hasta el 23 de marzo de 2024.

La entrevista semiestructurada con la *influencer* Alba Marília tuvo lugar a través de Google Meet y siguió el guion que se detalla, a continuación: 1) ¿Qué te llevó a crear redes sociales? 2) ¿Fueron diferentes las motivaciones para crearlas? 3) ¿Cómo definirías el estilo y la calidad estética de tu trabajo? 4) ¿Cómo valorarías la calidad audiovisual/mediática de tu trabajo? 5) Respecto al lenguaje de tus vídeos, ¿qué te preocupa: el uso de diferentes sistemas de representación o el uso de recursos y modos de expresión? ¿Por qué motivo? 6) ¿Qué herramientas digitales utilizas en tus vídeos? 7) ¿Cómo crees que entienden tus vídeos los distintos públicos? ¿Quién es tu público objetivo? 8) ¿Cómo es tu relación con tus seguidores y cómo ha crecido esta comunidad de seguidores? 9) ¿Cómo ha contribuido tu trabajo a una sociedad más ética y responsable? 10) ¿Qué entiendes por competencia mediática?

La entrevista con la *influencer* fue fundamental para entender su perspectiva sobre la producción de contenidos y la relación con la competencia mediática.

LAS REDES SOCIALES DE ALBA MARÍLIA

Como explica Alba Marília, sus perfiles pedagógicos en las redes sociales se crearon para compartir prácticas pedagógicas desarrolladas con su clase de educación infantil. Su perfil de YouTube se creó exclusivamente para publicar vídeos largos, ya que en 2012 no era posible publicar vídeos largos en Instagram. Como resultado, el canal de YouTube de la profesora se dedicó a vídeos largos, mientras que Instagram se centró en publicaciones específicas para educación infantil y vídeos cortos.

La profesora comenta que, con la pandemia del COVID-19, los vídeos en ambas redes sociales han tenido mayor repercusión. Actualmente, los mismos vídeos que se cuelgan en Instagram también se cuelgan en YouTube. Sin embargo, mientras que Instagram atrae a más adultos, preferentemente educadores de la región sudeste de Brasil, la mayor parte de la audiencia de *YouTube* son niños y niñas.

Brito, Lins y Dantas (2023) confirman la afirmación de Alba, ya que realizaron un estudio sobre la presencia de niños(as) y adolescentes en el entorno digital brasileño y descubrieron que el número de personas usuarias de Internet con edades comprendidas entre los 9 y los 17 años pasó del 79% en 2015 al 93% en 2021. El estudio muestra que con la pandemia de COVID-19, los niños(as) y adolescentes han pasado más tiempo utilizando dispositivos digitales como resultado de las actividades escolares. Además, Brito, Lins y Dantas (2023) descubrieron que un tercio de la audiencia mundial de YouTube son niños(as), y en Brasil esta cifra es un 300% superior a la de la audiencia adulta. Los autores justifican esto diciendo que los canales han traído contenidos que antes eran proporcionados por la televisión, como imágenes, movimiento, sonido y colores, uniendo la relación emocional y afectiva de los *youtubers*, que utilizan estrategias para atraer la atención y retener a su público.

Descripción del *reels* de Instagram

El perfil de Instagram de la profesora Alba Marília está dirigido a personas educadoras de la primera infancia y todos los días comparte historias sobre su rutina, así como imágenes relacionadas con diferentes temas del ciclo, especialmente contenidos que defienden la primera infancia, una fase crucial para el desarrollo infantil. La profesora utiliza diferentes funcionalidades de la red social en cuestión, como producir *posts* en el *feed* (fotos y vídeos de personas a las que el usuario sigue) y publicar *stories* todos los días, vídeos con una duración limitada de 24 horas, que pueden contener elementos como filtros (efectos de cámara que distorsionan la realidad, como maquillaje y efectos especiales); votaciones, localización, textos y fotografías.

Tras analizar detenidamente los contenidos disponibles en la red de la profesora Alba Marília, atendiendo a criterios de popularidad e interacción de los usuarios, se seleccionaron los tres vídeos más vistos y publicados hasta la fecha establecida.

Tabla 1

Reels del Instagram

Título/temática	Vistas	Comentarios	Contenido predominante	Fecha
Acogida en la adaptación	1.100.000	340	Sensibilidad en el periodo de adaptación infantil	16/02/2024
Taller de musicalización	339.000	68	Juegos musicales y actividades psicomotrices (ritmo y atención)	17/02/2024
Adaptación	95.500	63	Humor	20/02/2024

Nota. Datos tomados del Instagram de la Profesora Alba Marília (2024).

Los tres *reels* más vistos se publicaron en 2024, en el periodo comprendido entre el final de las vacaciones escolares y el inicio del curso en la mayoría de las escuelas brasileñas. Se trata de un momento importante para profesores, padres, madres y niños(as), ya que es cuando comienza el proceso de adaptación de la niñez a la escuela en la educación infantil, tema central abordado en los vídeos.

El primer *reel*, que alcanzó un elevado número de visualizaciones, aborda específicamente la acogida durante el proceso de adaptación en la educación infantil. La adaptación es un proceso gradual por el que pasan los niños y niñas cuando empiezan la escuela (Rapoport, 2005). Este periodo es delicado

porque implica la transición del entorno familiar a un entorno nuevo y desconocido para la niñez. Tanto las familias como docentes se enfrentan a importantes retos emocionales al inicio del curso escolar, tal como destaca Balaban (1988), quien explora cómo la separación del entorno familiar afecta a las personas implicadas. Por esta razón, es común que docentes busquen orientación sobre cómo manejar eficazmente este proceso de adaptación, con el objetivo de proporcionar un ambiente acogedor y seguro para todas las personas.

En este contexto, el análisis de los *reels* más populares refleja la relevancia del tema de la adaptación en la educación infantil e ilustra cómo pueden utilizarse las plataformas de los medios sociales para compartir información y promover importantes debates educativos. Estos vídeos llegan a un público amplio, sensibilizando a padres, madres y educadores(as) sobre la importancia de un proceso de adaptación bien estructurado y acogedor para el desarrollo saludable de la niñez al comenzar su trayectoria escolar.

El tercer vídeo más visto destacó por su enfoque humorístico en el tema de la adaptación. La elección de este tipo de contenido reflejó la tendencia de las personas usuarias de las redes sociales, especialmente durante el tiempo de ocio, como indica RD Station (2022), en el que el 64% de las personas usuarias brasileñas buscaban regularmente contenidos de este tipo. Este enfoque atrajo visitas y permitió abordar de forma amena un tema relevante para educadores(as) y familiares.

Alba Marília dijo que, a menudo, utiliza contenidos humorísticos en situaciones cotidianas para abordar contenidos serios con ironía, de modo que las bromas son críticas y llevan a la audiencia a reflexionar. También dijo que en el pasado ha producido vídeos con el mismo humor, como docentes que no graban sus actividades y coordinadores pedagógicos que exigen al personal docente tareas que no forman parte de su trabajo.

Por su parte, en el segundo *reel* más visto, mostró un taller de musicalización dirigido por la profesora, en el que enseñaba un juego de corro. Publicado al inicio del curso escolar, cuando los niños y niñas se están adaptando a la escuela, este vídeo respondía a una demanda de nuevas dinámicas de enseñanza, ya que es bien sabido que las personas docentes de la primera infancia con frecuencia buscan recursos que promuevan la interacción y el aprendizaje lúdico, fundamentales para establecer vínculos y facilitar la transición de la niñez al entorno escolar. Así, contenidos como este han inspirado nuevas prácticas pedagógicas y han fortalecido a la comunidad educativa con sugerencias de dinámicas.

Descripción de los vídeos de YouTube

El 23 de marzo de 2024, Alba Marília tenía 134.000 seguidores en YouTube y había publicado 939 vídeos. Aunque el canal se creó en 2012, no empezó a incluir contenidos dirigidos al ámbito de la educación hasta 2018.

Mayoritariamente, la profesora desarrolla vídeos centrados en la musicalización para niños y niñas, con una considerable producción dedicada a actividades de psicomotricidad. Además, el canal ofrece vídeos con orientaciones para profesores de primera infancia, abarcando diversos temas como actividades vinculadas a fechas especiales, narración de cuentos, dinámicas educativas y la aplicación de la Base Nacional Común Curricular (BNCC); documento curricular normativo brasileño que define los aprendizajes esenciales a ser desarrollados por las personas estudiantes en cada etapa y modalidad de la educación básica (Brasil, 2018). Los vídeos, en su mayoría, tienen una duración media de tres minutos. Para el análisis se seleccionaron los siguientes vídeos:

Tabla 2

Videos del YouTube

Título/temática	Vistas	Comentarios	Contenido predominante	Fecha
Paseando por el jardín	1.514.806	244	Juego musical; psicomotricidad (imitación de gestos y movimientos)	02/10/2018
Lavadora	514.800	140	Juego musical con recurso didáctico (tela); actividad psicomotriz (imitación de gestos y movimientos)	04/11/2019
Ahora voy a andar despacio	408.277	77	Juego musical; psicomotricidad (imitación de gestos y movimientos)	03/06/2018

Nota. Datos tomados del YouTube de la profesora Alba Marília (2024).

La Tabla 2 muestra que los vídeos seleccionados se centran en juegos musicales que incluyen elementos de psicomotricidad. Esto sugiere un compromiso por parte de la profesora Alba Marília de ofrecer actividades que estimulen el desarrollo físico de la niñez al tiempo que integran aspectos musicales en el proceso de aprendizaje. La presencia continuada de estos temas en su canal de YouTube subraya su preocupación por ofrecer recursos educativos que fomenten la coordinación motriz y la sensibilidad musical del alumnado.

Además, los tres vídeos muestran a la profesora interactuando activamente con sus estudiantes durante las actividades. La profesora realiza movimientos corporales según la melodía y los niños y niñas reproducen sus gestos. El ejemplo que da la profesora motiva a la niñez a realizar las actividades propuestas. Los vídeos seleccionados ilustran claramente estas interacciones, destacando cómo la profesora utiliza métodos dinámicos para facilitar el aprendizaje y la participación de sus estudiantes.

El esquema corporal es el núcleo de la personalidad, a partir del cual se organizan el comportamiento, la conducta y el conocimiento. Las experiencias vividas por cada niño(a) moldean este esquema, convirtiéndolo en el elemento básico de la formación de la personalidad. Representa la percepción diferenciada que el niño(a) tiene de su propio cuerpo, lo que le permite percibirse a sí mismo y comprender a las demás personas a su alrededor. A medida que el niño(a) domina los movimientos de su cuerpo, se fascina con las posibilidades de acción y busca nuevas experiencias (Nista-Piccolo y Moreira, 2012, p. 38).

Las actividades conducidas por la profesora Alba pueden caracterizarse como lúdicas, ya que, según Maluf (2012), son aquellas que integran emoción, acción y cognición. Además, pueden incluir juegos de movimiento, narración de cuentos, introducción a la música y cualquier otra actividad que estimule la fascinación por aprender jugando.

De acuerdo con Winnicott (1975), el acto de jugar es una parte esencial de la naturaleza humana y se caracteriza como un impulso lúdico. Gardner (1997) trasciende la perspectiva de Winnicott (1975) al afirmar que el juego va más allá del simple ejercicio y es un componente crucial del desarrollo. A través del



juego, los niños y niñas pueden experimentar con comportamientos, acciones y percepciones sin miedo a represalias o fracasos.

En este contexto, la psicomotricidad desempeña un papel fundamental para comprender cómo interactúa el ser humano con su entorno. Según Nista-Piccolo y Moreira (2012), la psicomotricidad expresa la forma concreta en que los seres humanos interactúan con el entorno y con sus semejantes. En este contexto, la motricidad explica las diversas actividades humanas, caminar, bailar, cantar, entre otras. Todas las formas de relación interpersonal se producen a través del movimiento, por lo que los pensamientos y sentimientos de los niños y niñas no pueden expresarse sin la presencia del movimiento. Es interesante observar que, aunque los vídeos muestran juegos en los que se reproducen movimientos corporales, puede verse que cada niño(a), al igual que el profesor, realiza los movimientos a su manera.

Como señalan Nista-Piccolo y Moreira (2012), el movimiento es el principal medio por el que las personas expresan sus pensamientos y emociones, y es esencial para el desarrollo y la comunicación de la niñez. Así, los diferentes estilos de movimiento observados en los vídeos evidencian las habilidades motoras y aspectos emocionales como la timidez. De este modo, los enfoques lúdicos, como los destacados por Maluf (2012), proporcionan un espacio para integrar sentimientos, acciones y pensamientos, lo que permite al docente facilitar un aprendizaje significativo y agradable para el niño y niña.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis de los comentarios en Instagram

En cuanto a los comentarios y la interacción con las personas seguidoras de Instagram, al ver el primer vídeo (Acogida en adaptación), se puede observar que predominan los comentarios que están de acuerdo con el contenido del medio. Muchos profesores comentan la importancia de la acogida, la paciencia y la empatía en este proceso tan delicado para la niñez. En los comentarios dirigidos a los familiares, las personas docentes insisten en la importancia de que los padres y madres vean el contenido para comprender este proceso. Algunos comentarios suenan como una petición a las familias, como *"Ojalá los padres entendieran esto"*.

El análisis de los comentarios muestra la conciencia y el conocimiento de las personas educadoras sobre la sensibilidad esperada durante el proceso de adaptación. Según Ortiz (2000), este proceso requiere aceptación y debe formar parte de la vida cotidiana del niño y niña, no solo durante los primeros días, sino en todo momento. Es una fase que necesita más atención por parte de las personas educadoras. Esta comprensión queda explícita en comentarios como *"Acoger sugiere empatía, implicación, reciprocidad y constancia"*. El vídeo fue, además, el más visto de los tres seleccionados, lo que indica que el contenido interesa y preocupa a docentes.

En el segundo vídeo (Taller de musicalización) predominan los comentarios de elogio al contenido y de cuestionamiento a la música utilizada, lo que demuestra el interés de docentes por realizar las dinámicas con su alumnado.

Otro comentario que llamó la atención fue el interés de docentes por la finalidad de la dinámica, comentarios como *"¿Cuál es el objetivo de la dinámica?"*, demuestran que las personas educadoras no solo quieren aplicar una actividad, sino entender por qué y para qué aplicarla. Estos comentarios pueden indicar que los contenidos publicados podrían incluir más información en los subtítulos.

Demostrar interés por comprender los objetivos de las actividades es fundamental en la práctica docente, ya que el juego es una actividad esencial para el desarrollo de los niños y niñas, por lo que es necesario ser consciente de qué contenidos y habilidades se van a estimular. Según Libâneo (1992), los objetivos anticipan los resultados y procesos que se esperan del trabajo conjunto del docente y los educandos. Para el autor, la práctica educativa se orienta hacia la consecución de determinados objetivos a través de una acción intencional, o sea, la enseñanza debe tener una intención pedagógica.

La Base Nacional Común Curricular (Brasil, 2018) también aborda la importancia de la intencionalidad educativa en la práctica docente. De acuerdo con el documento, que es un referente en la educación básica del país, la intencionalidad educativa se entiende como las intervenciones pedagógicas planeadas y ejecutadas para promover el aprendizaje del alumnado. Es esta intencionalidad la que da sentido a la acción docente, permitiendo a la persona educadora saber por qué hace lo que hace y qué quiere lograr con la actividad propuesta.

El tercer vídeo (Adaptación) hace referencia a contenidos humorísticos, con una profesora agotada en el proceso de adaptación, hay un predominio de comentarios con risas y acuerdo sobre la dificultad del periodo mencionado y el agotamiento que provoca. Se presenta un comentario que llamó la atención, una profesora criticando el contenido, señalando que ella es profesora de educación infantil y que no es tan complicado.

La interacción de la profesora Alba en los comentarios varía en función del vídeo. No responde a todos los comentarios, pero la mayoría de las veces menciona al usuario y deja un emoji. En la entrevista, la profesora dijo que no tiene un equipo de apoyo que vigile sus redes sociales. Además de trabajar como *influencer*, también trabaja presencialmente como formadora de profesores de enseñanza infantil en un municipio brasileño. Por este motivo, su capacidad para supervisar los comentarios en las redes sociales es limitada. A pesar de ello, se reserva tiempo para responder a los mensajes privados de Instagram (*directs*), ya sea con preguntas sobre sus prácticas, consejos, elogios o sugerencias.

Los subtítulos de los vídeos analizados no contienen mucha información y hubo algunos comentarios pidiendo más información, como: “¿cómo se llama la canción?”; “¿para qué sirve la dinámica?”, lo que puede indicar que los subtítulos podrían contener más información para que el contenido fuera más completo para las personas usuarias.

Durante la entrevista, Alba explicó que, cuando utiliza audios en Instagram, ya sea a través de *stories*, *reels* o publicaciones, automáticamente el Instagram etiqueta el nombre de la canción en el *post*. Sin embargo, muchos seguidores no reparan en estos detalles, ya sea porque no leen la información o porque no ven el vídeo completo.

Análisis de los comentarios en YouTube

En lo que respecta a los comentarios y la interacción con las personas seguidores, al observar el vídeo 1 (Paseando por el jardín), predominan los elogios a la actividad. El análisis de los comentarios revela el compromiso y la aprobación por parte del público. Los elogios indican que las personas espectadoras aprecian el contenido y reconocen la calidad de las estrategias empleadas por la docente. Comentarios como “Me ha encantado la canción, voy a hacerla con mis alumnos” y “Quiero hacerla con mi clase” ejemplifican la voluntad de docentes de adoptar las prácticas presentadas, demostrando la influencia de la profesora en su audiencia. Este tipo de comentarios valida el trabajo de la profesora Alba y promueve la difusión de las prácticas pedagógicas entre otras personas profesionales de la educación.

Algunos comentarios fueron hechos durante la pandemia de COVID-19, como “Mirando en cuarentena para preparar mi rutina de estudio. Y confieso que me emocioné al ver la libertad de estar en el aula, haciendo

nuestro papel de educadores. Muy bonito. Lloré". El análisis de los comentarios realizados durante este período revela cómo la ausencia de contacto presencial repercutió en el estado emocional de las personas docentes. Además, el comentario destaca la adaptación de docentes a las nuevas rutinas de estudio y preparación de las clases durante la cuarentena. Según Paula (2023), la pandemia ha hecho que las personas educadoras se replanteasen y reestructurasen sus prácticas docentes, a menudo, sin el apoyo adecuado, lo que ha generado una serie de retos emocionales y profesionales. La mención de la emoción de ver el aula y el papel de educador destaca la carga emocional que implica la profesión y cómo la ausencia del espacio escolar y del contacto físico ha afectado a la identidad y al bienestar de los profesores.

En el segundo vídeo de YouTube (Lavadora), entre los 140 comentarios, prevalecen los que elogian el trabajo de Alba, lo que revela una acogida positiva entre el público. Muchas personas elogiaron la presentación, señalando que los niños y niñas mostraron interés y pidieron que se repitieran las actividades, como en *"la devolución de los niños es la recompensa de todo profesor"* y *"esa devolución al final lo es todo. Es porque les ha gustado"*. Se destacaron la atención y la concentración del alumnado, lo que demuestra el compromiso de la niñez vinculado a la eficacia de la práctica pedagógica.

Además de los elogios, algunas personas educadoras mencionaron que pretenden aplicar la actividad, lo que indica que, al igual que el primer vídeo, el segundo tiene potencial para influir en las prácticas pedagógicas. Entre los comentarios, también hay informes de educadores que han repetido la propuesta con su alumnado, lo que refuerza el potencial. Sin embargo, pocos comentarios ofrecen críticas constructivas o sugerencias de mejora, lo que podría enriquecer aún más el debate sobre las prácticas educativas.

Además, están presentes las preguntas sobre el nombre del cantante y dónde descargar la canción, información que se encuentra en la descripción del vídeo. Lo que revela que este sector del público no se fijó en observar la información contenida en el vídeo, al igual que se vio en el análisis de los *reels* de Instagram, lo que revela la ausencia de competencia mediática del público en cuestión.

En el tercer vídeo (Ahora voy a andar despacio), los comentarios también revelan una acogida positiva por parte del público, con muchas personas usuarias expresando admiración y gratitud por el contenido educativo. Varias personas usuarias mencionan su intención de utilizar las ideas y actividades con sus propios alumnos(as), lo que demuestra la utilidad práctica de los vídeos, como *"voy a hacerlo con mis pequeños en la escuela infantil, me encanta"* y *"voy a hacerlo con mis alumnos mañana"*. La gratitud es un tema recurrente, ya que muchas personas usuarias agradecen a la creadora los recursos que proporciona. Además de gratitud, existe un sentimiento de apoyo y ánimo hacia la creadora. Muchos la felicitan por su dedicación y su forma de tratar a la niñez: *"Felicidades a esta profesora que trata con respeto a sus hermosos alumnos"* y *"Profesora, admiro su trabajo... felicidades"*.

Además, los comentarios muestran una conexión emocional con el contenido, ya que algunas personas usuarias expresan emociones al ver los vídeos, como se aprecia en *"me saltaron dos chispas en los ojos"* y *"qué bonito me parece ver a mis pequeños alumnos que tienen la misma edad"*. Esta conexión emocional sugiere que los vídeos sensibilizan a las personas espectadoras de forma personal, creando una relación emocional con la audiencia.

La interacción de Alba Marília con los comentarios de los tres vídeos analizados se realiza principalmente a través de *likes*. La *influencer* responde a pocos comentarios, ya sean preguntas sobre la autoría de las canciones o elogios. Las respuestas son breves, como el nombre del compositor o cantante, en el caso de las dudas, y con agradecimientos o el uso de emojis (representaciones gráficas utilizadas en las conversaciones *online*) en relación con los halagos.

Tras analizar los comentarios de los vídeos de YouTube seleccionados, se observa que pueden afectar significativamente la labor de la docente *influencer*. Los comentarios positivos pueden aumentar la confianza y la motivación de la profesora, animándola a seguir produciendo contenidos similares.

Sin embargo, la ausencia de críticas constructivas y sugerencias de mejora puede crear una percepción poco realista de que su método es perfecto y no necesita ajustes, así como limitar el desarrollo profesional del profesor, que podría beneficiarse de un debate sobre sus prácticas, así como el impacto en la formación del profesorado. Según Imbernón (2022), la formación del profesorado es un proceso continuo y reflexivo que se extiende a lo largo de toda la carrera docente. Esto significa que las personas docentes deben estar preparadas para reflexionar críticamente sobre sus prácticas, identificar áreas de mejora y buscar continuamente oportunidades para el aprendizaje permanente. Además, basarse exclusivamente en el elogio puede conducir al estancamiento creativo, impidiendo la innovación y la adaptación a diferentes contextos educativos que pueden requerir enfoques variados.

Análisis de vídeos y reels a partir de las dimensiones de Ferrés y Piscitelli

Para Ferrés y Piscitelli (2012), los mensajes deben analizarse mediante enfoques dialógicos y activos, teniendo en cuenta la interpretación y la participación del interlocutor. Los autores enumeran seis categorías interdependientes —también llamadas dimensiones— de la competencia mediática. Estas son: 1) lenguaje, 2) tecnología, 3) procesos de recepción e interacción, 4) procesos de producción y difusión, 5) ideología y valores y 6) estética. Cada una de estas dimensiones se divide en dos ámbitos: análisis y expresión. Así, la esfera del análisis involucra la participación de las personas que reciben un determinado mensaje y cómo se produce la interacción; mientras que la esfera de la expresión involucra a los individuos que producen los mensajes (Ferrés y Piscitelli, 2012, p. 8). Estas dimensiones permiten señalar indicios que establecerán la forma en que puede entenderse la competencia mediática a partir de los vídeos de la profesora Alba Marília.

Tabla 3

Síntesis de las dimensiones de Ferrés y Piscitelli.

DIMENSIÓN	ÁMBITO DEL ANÁLISIS	ÁMBITO DE LA EXPRESIÓN
Lenguaje	Entendimiento de recursos del lenguaje mediático.	Habilidad para expresarse y adaptar los sistemas de representación en función de la situación comunicativa, el interlocutor y el contenido, incluida la modificación de los productos existentes para dotarlos de nuevos significados.
Tecnología	Identificación de la necesidad de las Tecnologías Digitales de Información y Comunicación (TDIC) y como desarrollarse en esta zona.	Utilizar y adaptar herramientas tecnológicas en entornos multimedia y multimodales para crear y manipular representaciones de la realidad en imágenes y sonidos.
Procesos de recepción e interacción	Comprensión de la recepción de mensajes, como parte de una audiencia, en un contexto definido, con una utilización útil.	Actitud activa en la interacción con las pantallas para promover la ciudadanía, el desarrollo integral, la colaboración, la diversidad y la responsabilidad legal en entornos plurales y multiculturales.

Procesos de producción y difusión	Identificar las instituciones y tipos de medios de comunicación que componen los medios y los contenidos que difunden.	Conocimiento de los procesos de producción, con capacidad para colaborar, transformar mensajes, difundir información y gestionar la identidad y los derechos de autor.
Ideología y valores	Identificar la fiabilidad de los mensajes, detectar las intenciones que transmiten los medios y tener una actitud ética al compartir información y materiales.	Utilizar nuevas herramientas de comunicación para transmitir valores, cuestionar estereotipos y actuar con responsabilidad social y cultural.
Estética	Relacionar las producciones mediáticas con las manifestaciones artísticas, extrayendo placer y sensibilidad.	Producir y transformar mensajes artísticos, potenciando al máximo la creatividad, la originalidad y la sensibilidad estética.

Nota. Elaboración propia de acuerdo con Ferrés y Piscitelli (2012).

Según los autores, la categoría de lenguaje considera, en el contexto del análisis, la capacidad de interpretar y evaluar los distintos códigos que representan el mensaje, la capacidad de analizar y evaluar estos mensajes en términos de comprensión del significado y el sentido, así como la capacidad de entender el flujo de una historia y la capacidad de tejer relaciones entre textos. Mientras, en el ámbito de la expresión, los autores enumeran la capacidad de expresarse ante representaciones diversas y la capacidad de alterar productos existentes.

Preguntada por el lenguaje de los vídeos, Alba dijo que se trata de adaptar el lenguaje pedagógico —como en el caso de los documentos curriculares y normativos, leyes, teorías— y mediatizarlo para el público. Comentó que no dice todo lo que se le ocurre a sus seguidores, porque el lenguaje cambia según el contenido y por eso tiene que ser apropiado. Algunos contenidos se tratan con un lenguaje humorístico, para que el público pueda identificarse y reflexionar sobre las críticas que pueden llevar implícitas. En los *posts* de su *feed* de Instagram, la *influencer* se decanta por el uso del lenguaje escrito y descriptivo, como en las explicaciones sobre prácticas docentes y reseñas de libros. Además, Alba comenta que utilizando diferentes modos de expresión puede generar más conexión con su audiencia.

Las preocupaciones de Alba demuestran que contempla esta dimensión, ya que: es hábil para interpretar y valorar los códigos representativos que el mensaje quiere transmitir, lo que se evidencia cuando la profesora adapta el lenguaje a diferentes contenidos; analiza y evalúa los mensajes, considerando la mejor forma de transmitir el significado al público y altera diferentes productos existentes, facilitando su comprensión por parte del público y utiliza diferentes formas de representación. Además, los vídeos demuestran la comprensión de los temas explicados, como la narración de cuentos y la interpretación de canciones, lo que puede motivar a docentes que la siguen a realizar actividades similares.

La dimensión de tecnología, de acuerdo con Ferrés y Piscitelli (2012), incluye el papel que la tecnología desempeña en la sociedad, la habilidad para interactuar con las innovaciones tecnológicas, la habilidad para desarrollarse en un ambiente hipermedia, la habilidad para manejar y adaptarse a las herramientas, así como para manejar imágenes y sonidos. En cuanto al canal de la profesora Alba Marília, es posible asociar el uso de la tecnología en la producción de los vídeos, destacando la capacidad de la profesora de utilizar recursos tecnológicos para enriquecer sus contenidos educativos, como el uso de aplicaciones de edición de video y del efecto *chroma-key*.

La presencia del perfil de la *influencer* en diferentes redes sociales también forma parte de esta dimensión, ya que refleja su capacidad para interactuar en diferentes entornos mediáticos. Se observa que los vídeos seleccionados en YouTube, al ser más antiguos y de carácter más artesanal, no tienen el mismo cuidado en la edición que los vídeos de Instagram. Sin embargo, a pesar de la edición casera, los vídeos se encuentran entre los más vistos de la red social.

Por su parte, según Ferrés y Piscitelli (2012), la dimensión de procesos de recepción e interacción abarca, en el contexto del análisis, la capacidad de autoevaluar el propio consumo mediático; de diferenciar por qué gustan o no determinados productos; la capacidad de ser consciente de las emociones e ideas asociadas a los personajes; distinguir entre emociones positivas y negativas, emoción y razón; comprender la importancia del contexto; apreciar mensajes de diferentes culturas y convertir el ocio en aprendizaje. A continuación, en el área de expresión, se enumera la interacción con pantallas, la capacidad para realizar trabajos en equipo y la interacción en espacios multiculturales.

Para la *influencer*, las redes sociales han dado más libertad artística a docentes, lo que ha permitido a muchas personas descubrir nuevos talentos. Alba comenta que su público ya identifica sus expresiones y emociones en los vídeos, demostrando la capacidad de reconocer emociones e ideas asociadas a los personajes. Con las métricas que muestran el alcance de sus vídeos y los recursos compartidos, Alba entiende que sus vídeos son consumidos por diferentes audiencias, lo que demuestra su capacidad para autoevaluar su propio consumo de medios, ya que, a través del uso de métricas, la docente es capaz de medir a qué audiencias llega y qué contenidos tienen mayor rendimiento y compromiso de la audiencia a través de visualizaciones, comentarios y *likes*.

Además, a partir de las métricas, puede desarrollar contenidos específicos para aumentar la audiencia, basándose en el tipo de vídeos que obtienen mayor repercusión. La *influencer* también puede identificar los patrones de consumo de sus personas seguidoras y los momentos en los que son más activos.

Aunque se dirige principalmente a la región sudeste de Brasil, en especial São Paulo y Río de Janeiro, sus vídeos son vistos por personas de diferentes estados brasileños y de otros países, como México, Argentina, Turquía, Portugal, Francia, Uruguay y Estados Unidos. A través de mensajes privados de Instagram, la profesora se comunica con seguidores de varios países. También comparte prácticas docentes de diferentes culturas, lo que demuestra la importancia del contexto multicultural y su capacidad para apreciar los mensajes de diferentes culturas.

En cuanto al número de seguidores, Alba comentó que la relación con su comunidad de seguidores se produce a través de las redes sociales, los grupos de WhatsApp y los cursos de formación que realiza (*online* y presenciales). Según su opinión: *“los números no significan mucho, ya que es más importante crear vínculos y contenidos atractivos para que los seguidores continúen siguiendo tu trabajo”*.

Al analizar los seis vídeos seleccionados, se observa que el proceso de interacción parece limitado, ya que los vídeos muestran a la profesora interactuando únicamente con los niños(as) y educadores, sin que exista una interacción más profunda con las personas seguidoras en los comentarios, salvo agradecimientos y emojis. Sin embargo, Alba explicó que solo puede responder a mensajes privados, justificando la falta de mayor interacción en las publicaciones de Instagram y en los vídeos de YouTube. Esto revela un reto en su habilidad para interactuar con las pantallas, mostrando su intento de mantener una conexión con su público dentro de sus posibilidades.

La dimensión de los procesos de producción y difusión abarca, en términos de análisis, el conocimiento de los diferentes tipos de producciones, ya sean públicas o privadas, el conocimiento de los factores, técnicas, códigos y sistemas que rodean estas producciones. En el ámbito de la expresión, la habilidad para trabajar en equipo, la apropiación y transformación de mensajes, así como el manejo del concepto de autoría.

En el canal de la profesora Alba Marília, se puede considerar desde los siguientes aspectos: trabajo en equipo (relación con el alumnado a partir de los vídeos con prácticas pedagógicas de musicalización); apropiación de mensajes (comprensión del contenido de los vídeos y elaboración de nuevos materiales) y transformación de mensajes (creación de nuevos contenidos a partir de los temas tratados en los vídeos). No obstante, esta dimensión está relacionada con el conocimiento sobre la producción y difusión

de contenidos mediáticos, o sea, procesos que no están contemplados en los perfiles de Alba, ya que la profesora demuestra que utiliza las redes para propagar y promocionar sus propios vídeos.

En relación con la dimensión de ideología y valores, Ferrés y Piscitelli (2012) enumeran, en el área de análisis, habilidades relacionadas con la comprensión de las representaciones de los medios en la vida cotidiana, la fiabilidad de las fuentes de información, la percepción de los intereses, la ética en el uso de los productos mediáticos, el posicionamiento crítico en relación con el uso de los medios, la identificación de la manipulación y la capacidad de gestionar las propias emociones. En el ámbito de la expresión, los autores mencionan la habilidad para desarrollar, modificar y utilizar herramientas, así como para cuestionar valores y contribuir a mejorar el entorno en el que se viven.

Los vídeos de Alba demuestran que posee conocimientos y especialización en educación infantil, ya que el contenido está claramente elaborado y cita las fuentes adecuadas; lo que refleja su capacidad para comprender las representaciones de los medios de comunicación en la vida cotidiana y evaluar la fiabilidad de las fuentes de información.

A la pregunta sobre cómo contribuye su trabajo a una sociedad más ética y responsable, la *influencer* afirma: “en el ámbito de la educación, tenemos que darnos cuenta de que, como educadores y profesionales, tenemos que valorar la ética, el respeto y, sobre todo, el ejemplo”; además, que valora la calidad y se niega a hacer publicidad que no defienda como profesional, afirmando tener principios y queriendo transmitir confianza a sus seguidores. Destaca que presenta “buenos contenidos que no son una estafa”, lo que revela su capacidad para identificar la manipulación.

Por último, en la dimensión estética, los autores se centran en la habilidad para extraer placer de las producciones mediáticas y apreciarlas, así como para relacionarlas con otras manifestaciones artísticas, potenciando la creatividad mediante la apropiación de estas producciones.

Los perfiles de la profesora Alba Marília muestran el cuidado por la estética, a través de la edición de los vídeos y la elección de diferentes escenarios para los efectos especiales, así como la indumentaria utilizada por la profesora y la preocupación por la banda sonora, contribuyendo a una experiencia agradable para sus seguidores.

En cuanto a la calidad estética de su trabajo, Alba afirma que le gusta utilizar colores variados, destacando el uso frecuente del rosa. Con todo, reconoce la importancia de “*posts más limpios con imágenes que ayuden a entender el contenido*”, reflexionando sobre la cuidada elección de colores, fuentes y resolución de las imágenes. Reconoce el reto que supone mantener la armonía y la identidad visual en Instagram, especialmente dada la naturaleza del contenido de vídeo.

A la hora de valorar la calidad audiovisual y mediática de sus trabajos, la *influencer* admite que “*al principio pensaba que eran buenos, pero luego me di cuenta de que tenía que mejorar, así que a día de hoy creo que son razonables*”. Esta autoevaluación demuestra su espíritu crítico hacia sus producciones. Actualmente, Alba planea invertir en mejores equipos y en un espacio para producir sus vídeos, que actualmente graba con su teléfono móvil, lo que demuestra su dedicación y su compromiso permanente con la calidad estética de sus contenidos.

En la entrevista, la profesora afirmó que entiende la competencia mediática como la habilidad para desarrollar el sentido crítico del alumnado mediante el uso responsable de los medios de comunicación. Reflexionando sobre su propia competencia mediática, Alba comentó que sería “*saber lo que cuelgo... lo que leo y ser responsable con ello, en otras palabras, no puedo colgar algo irresponsable o que lleve a un profesor a desarrollar algo incorrecto*”.

Una vez analizados los vídeos y *reels* de la profesora Alba Marília y los comentarios publicados en ellos, la discusión de los resultados revela cómo sus vídeos se relacionan con algunas de las dimensiones de

la competencia mediática en el ámbito de la expresión, según Ferrés y Piscitelli (2012). La dimensión lenguaje se observa en su cuidado por adaptar el lenguaje pedagógico a su audiencia y por utilizar diferentes recursos de imagen y sonido. En la dimensión tecnología, los vídeos que ha realizado hasta el momento indican su dominio de habilidades y conocimientos relacionados con aplicaciones y dispositivos digitales. La dimensión ideología y valores, por su complejidad, es más difícil de analizar, pero se aprecia en su preocupación por la veracidad, fiabilidad y calidad de los contenidos que transmite. Y, por último, la dimensión estética es muy perceptible en sus elecciones de colores, formas y secuencias en la presentación de los temas.

CONCLUSIONES

Para comprender la producción mediática de la docente *influencer* y sus vínculos con las dimensiones de la competencia mediática, fue necesario recurrir a la *netnografía* y a entrevistas. La interacción de Alba Marília con sus seguidores le ha reportado diversos beneficios, como los siguientes:

- o Validación y reconocimiento del trabajo de la profesora.
- o Aumento de la confianza y la motivación para seguir creando contenidos.
- o Inspiración para nuevas actividades y enriquecimiento del repertorio docente.
- o Difusión de prácticas educativas.
- o Creación de una comunidad de práctica y conexión emocional con la audiencia.
- o Mayor visibilidad e influencia en la práctica educativa.
- o Adaptación del contenido a las necesidades e intereses de la audiencia.
- o Reflexión sobre las prácticas pedagógicas y desarrollo profesional continuo.
- o Mantenerse al día de las tendencias y prácticas educativas.

Reflexionando sobre qué utilidades específicas proporciona la relación entre redes sociales y docentes *influencers* para el desarrollo profesional, se observa que, aunque se dirigen a Alba Marília, los beneficios se traducen en ventajas directas para docentes que la siguen, ya que tienen acceso a prácticas pedagógicas validadas y eficaces que pueden implementar en sus propias clases. La inspiración para nuevas actividades y el intercambio de recursos innovadores enriquecen sus metodologías de enseñanza. Por otra parte, la creación de una comunidad de apoyo e intercambio de experiencias proporciona un entorno de colaboración en el que las personas docentes pueden sentirse motivadas y conectadas con sus compañeros.

Además de informar sobre beneficios, analizar y discutir los resultados, se cree que, a partir de los comentarios, es posible señalar, en primer lugar, que el contenido humorístico y el uso de la ironía en algunos vídeos para tratar temas cotidianos delicados para los que es difícil encontrar soluciones es una contribución de la producción de Alba a la formación del profesorado. En segundo lugar, los vídeos con talleres y guías prácticas abordan una laguna formativa y la necesidad de actualización. En tercer lugar, algunas preguntas señalan que hay demanda de más contenidos e información. Y, en cuarto lugar, algunos hacen preguntas que ya habrían sido respondidas si hubieran prestado atención, lo que demuestra la falta de competencia mediática de profesores que la siguen, así como una actitud pasiva al querer que la *influencer* proporcione toda la información.

Para revertir la situación, Alba Marília podría producir vídeos de educación mediática para sus personas seguidoras, explicando las características y funcionamiento de los medios de comunicación, incluso las

redes sociales. Además, la docente *influencer* podría desarrollar un programa de formación dirigido a profesores que quisieran aprender más sobre el uso de los medios en las prácticas pedagógicas.

Este estudio se limitó a analizar vídeos específicos de las redes sociales de Alba Marília, basándose en el número de visualizaciones. Para ampliar el enfoque, futuras investigaciones podrían analizar un mayor número de vídeos con prácticas pedagógicas sugeridas por la *influencer*, con el fin de profundizar los beneficios del contenido de la docente *influencer* para la práctica pedagógica y el desarrollo profesional de las personas educadoras infantiles.

En cuanto a la relación de los vídeos con las dimensiones de la competencia mediática, como la profesora declaró en su entrevista que no tiene formación específica en producción mediática, es posible observar habilidades y valores casi intuitivos, probablemente fruto de su condición de educadora estudiosa y dedicada. En principio, educación y comunicación tienen una intersección que acerca a la persona educadora al comunicador. En tiempos de mediatización de la vida, se entiende que esta intersección se amplía e intensifica, lo que trae nuevos retos por ser enfrentados con la educación mediática.

REFERENCIAS

- Amaral, A., Natal, G., & Viana, L. (2008). Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Cadernos da Escola de Comunicação*, 1(6), 34-40.
- Balaban, N. (1988). *O início da vida escolar: da separação à independência*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Brasil. (2018). Ministério da Educação. *Base Nacional Comum Curricular*. Brasília.
- Brito, A. G., Lins, E. S., & Dantas, C. L. de A. (2023). Infâncias, consumo e percepção: canais infantis do YouTube e a publicidade velada. *Memorare*. v. 10 n, 1. <https://doi.org/10.59306/memorare.v10e12023124-137>.
- Buckingham, D. (2022). *Manifesto pela Educação Midiática*. Edições Sesc São Paulo.
- Campos, G. E., & Costa, H. (2019). Caracterização dos perfis comerciais na rede social Instagram. *V Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining*, São Bernardo do Campo, Brasil.
- Fantin, M. (2011). *Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos*. Olhar de professor, Ponta Grossa, 14(1), 27-40. <https://doi.org/10.5212/OlharProfr.v.14i1.0002>.
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2012). *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. *Revista Comunicar*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>.
- Gardner, H. (1997). *Estruturas da Mente: a teoria das inteligências múltiplas*. Porto Alegre: Artmed.
- Gutiérrez-Martin, A.; Gonzáles, R. P.; Puente, G. C. (2022). Competencias TIC y mediáticas del profesorado. Convergencia hacia el modelo integrado AMI-TIC. *Comunicar*, V.XXX, n, 70. <https://bit.ly/4cEMYRB>.
- Imbernon, F. (2022). *Formação docente e profissional: formar-se para a mudança e a incerteza*. São Paulo: Cortez.
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso.
- Lemos, A. (2008). *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Libâneo, J. C. (2009). *Didática*. São Paulo, Cortez.
- Maluf, A. C. M. (2012). A importância das atividades lúdicas na Educação Infantil. *Profala*, São Paulo. <https://bit.ly/49Z2BRE>.

- Martins, P. G. C. A. (2018). A comunicação e o desafio educacional para a geração millennials na "era bios virtual" [master dissertation]. *Universidade Paulista*, São Paulo. <https://bit.ly/49QmYk4>.
- Nista-Piccolo, V. L., & Moreira, W. W. (2012). *Corpo e movimento na educação infantil*. São Paulo: Cortez.
- Ortiz, C. (2000). A diferença entre adaptar-se e ser acolhido. *Revista Avisa Lá*, São Paulo, v. 2(40), p. 4-8, jan. <https://bit.ly/3y42dV6>.
- Paula, A. R. O. (2023). Práticas pedagógicas inspiradas na abordagem Reggio Emilia durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. (Tesis de Maestría, Universidad de Sorocaba). <https://bit.ly/3Wpjr96>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2024, Febrero, 16). É sobre Acolhimento. Instagram. <https://bit.ly/4dmd1xW>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2024, Febrero, 20). Nem é meme. Instagram. <https://bit.ly/44Db1qt>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2024, Febrero, 17). Oficina Lúdica: Contar, Musicalizar e Brincar. Instagram. <https://bit.ly/44oQcoX>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2018, Junio, 03) Atividade Musical - Agora eu vou Andar (Devagarinho) - Xuxa - Som Livre. YouTube. <https://bit.ly/3UEPSzu>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2019, Noviembre, 04). Lavadeira - Brincadeira Musical / Música: Monica Pinheiro/Sérgio Luiz da Cunha. YouTube. <https://bit.ly/49URkIE>.
- Professora Alba Marília [Alba Marília]. (2018, Octubre, 02). Brincando com música/ Prof Shauan Bencks / Arte da Criança - Educação Infantil. YouTube. <https://bit.ly/3QI0Ozw>.
- Rapoport, A. (2005). *Adaptação de bebês à creche: a importância da atenção de pais e educadoras*. Porto Alegre: Mediação.
- RD Station. (2022). *Pesquisa indica recursos mais relevantes de mídias sociais + 95 estatísticas de redes em 2022*. <https://bit.ly/3xZGi1e>.
- Reels. (2024, Junio, 22). *About Reels*. Instagram. <https://bit.ly/4d0DHmU>.
- Romero Rodríguez, L. M., Torres Toukoumidis, Ángel, Pérez Rodríguez, M. A., & Aguaded, I. (2016). Analfanautas y la cuarta pantalla: ausencia de infodietas y de competencias mediáticas e informaciones en jóvenes universitarios latinoamericanos. *Fonseca, Journal of Communication*, 12(12), 11–25. <https://doi.org/10.14201/fjc2016121125>.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>.
- Suess, A. E. C. (2014). Art gallery visitors and Instagram. [master dissertation]. *University of Arts*, London. <https://bit.ly/3JBQRDx>.
- Winnicott, D. W. (1975). *O brincar e a realidade*. Rio de Janeiro, RJ: Imago.